



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

**TESIS DE GRADO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

**TEMA:  
“CONSULTORÍA EN IMPLEMENTACIÓN SUGAR  
CRM”**

**AUTOR:  
ANL. CASANOVA GILCES YELENA PAHOLA**

**DIRECTOR DE TESIS:  
ING. RAMOS TOMALÁ DAVID FERNANDO, MSC.**

**2014  
GUAYAQUIL-ECUADOR**

La responsabilidad de los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto de tesis, corresponde exclusivamente a su autora.

Yelena Casanova Gilces.

Analista de sistemas

C.I. 0920476892

# DEDICATORIA

Dedico a esta tesis a Dios todopoderoso que me dio las cualidades personales, académicas y una maravillosa familia que han sido mi apoyo incondicional en todo momento, para alcanzar este logro profesional.

# AGRADECIMIENTO

A Dios todopoderoso por ser mi fortaleza en todo momento y mi guía en el complejo camino de la vida.

## ÍNDICE GENERAL

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
1	Prólogo	1

## CAPÍTULO I

### ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
1.1	Antecedentes	2
1.2	Identificación del problema	3
1.2.1	Nombre de la empresa	3
1.2.2	Descripción del negocio	4
1.3	Visión y misión de la empresa	4
1.3.1	Visión	4
1.3.2	Misión	5
1.4	Objetivos, estrategias y metas	5
1.4.1	Objetivo	5
1.4.2	Estrategias	5
1.4.3	Metas	5
1.5	Valores de la empresa	6
1.6	Valores de los empleados de la empresa	6
1.7	Tendencia del mercado	7
1.7.1	Tendencia del mercado nacional	7
1.7.2	Tendencia Del Mercado Internacional	8
1.8	Justificativos	8
1.8.1	Justificación	8
1.8.2	Delimitación	9
1.9	Objetivos de la Investigación	9

1.9.1	Objetivo general	9
1.9.2	Objetivos específicos	9

## CAPÍTULO II

### ANÁLISIS DE MERCADO

No.	Descripción	Pág.
2.1	Descripción del servicio y producto	11
2.2	FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas)	14
2.2.1	Fortaleza y Debilidades frente a la competencia	15
2.2.2	Oportunidad y Amenazas	15
2.2.3	Estrategia	16
2.3	Ventaja diferencial de nuestro servicio	16
2.4	Análisis de los futuros clientes	18
2.4.1	Análisis de encuestas	19
2.5	Análisis de la competencia	20
2.6	Tamaño de mercado	22
2.6.1	Plan de mercado	22
2.7	Plan de Mercado y estrategias de ventas	25
2.7.1	Plan de Mercado	25
2.7.2	Objetivos del plan de Mercado	25
2.8	Presentación y Descripción del Producto	25
2.8.1	Estrategias de Precio	26
2.8.2	Estrategia de Publicidad	26
2.8.3	Servicio de postventa	27
2.8.4	Estrategia Empresarial	27
2.9	Logo	28
2.10	Slogan	28

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS TÉCNICO

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
3.1	Antecedentes	27
3.2	Cadena de Valor	30
3.2.1	Descripción de las actividades primarias	31
3.2.2	Descripción de actividades secundarias	31
3.3	Cadena de valor de consultora SUGAR CRM	33
3.3.1	Descripción de Actividades Primarias	33
3.3.2	Descripción de Actividades Secundarias	36
3.4	Tecnología usada para el apoyo de los procesos del negocio	37
3.5	Modelo de negocio	40
3.5.1	Modelo de negocio	41
3.6	Infraestructura Física	42
3.6.1	Equipos	42
3.6.2	Software	43
3.6.3	Mobiliario	44
3.6.4	Ubicación Geográfica	44
3.6.5	Ubicación Física del Lugar	44
3.6.6	Identificación del Sitio	45
3.7	Plano de la Oficina	45
3.8	Topología de Red	45
3.9	Amenazas en una empresa	46
3.9.1	Tipos de amenazas	46
3.9.2	Amenazas del Sistema (seguridad Lógica)	47
3.9.3	Amenaza red (telecomunicación)	47
3.9.4	Amenaza de Personas (seguridad Social)	47
3.9.5	Nivel de trabajo	47

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
4.1	Grupo Empresarial	51
4.1.1	Personal Ejecutivo	52
4.1.2	Gerente General	52
4.1.3	Secretaria Ejecutiva	53
4.1.4	Jefe de Consultores	54
4.1.5	Consultores Junior	54
4.1.6	Contador Externo	55
4.2	Estructura de la organización	55
4.3	Plan de Control de Calidad	63
4.4	Plan de Capacitación de la Organización	63

## CAPÍTULO V

### ASPECTOS LEGAL Y SOCIAL DE LA EMPRESA

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
5.1.1	Requerimientos y pasos para constituir una empresa	65
5.1.2	Pago de Impuestos	67
5.1.3	Implicaciones Tributarias, Comerciales y laborales	68
5.2	Aspectos legales	71
5.2.1	Aspectos legales del empleado	72
5.2.2	Aspectos legales del Cliente	73
5.3	Aspectos de Legislación	73
5.4	Aspectos de Legislación Urbana	73
5.5	Derechos del Consumidor	75
5.6	Análisis Social	76
5.7	Análisis Ambiental	76



5.8	Análisis Ecológico	76
-----	--------------------	----

## CAPÍTULO VI

### ANÁLISIS ECONÓMICO

No.	Descripción	Pág.
6.1	Inversión en activos	77
6.1.1	Activos Fijos	78
6.1.2	Inversión Software	79
6.2	Gastos de Arranque e Investigación y Desarrollo	79
6.3	Capital de Trabajo	81
6.4	Presupuesto de Gastos	82
6.5	Presupuesto de Ingreso	82
6.5.1	Presupuesto Ingreso Ventas mensuales	84
6.5.2	Presupuesto Ingreso de Ventas por años	84
6.5.3	Presupuesto de Comisiones	85
6.5.4	Presupuesto de Costos Variables Anuales	85
6.6	Presupuesto de Sueldo de personal Correspondiente a los 5 años	86
6.6.1	Depreciación y Amortización	86
6.6.2	Depreciación de Activo	87
6.7	Préstamo bancario	89
6.8	Presupuesto gasto de operaciones	90
6.8.1	Análisis de Costos	90

## CAPITULO VII

### ANÁLISIS FINANCIERO

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
7.1	Flujo de caja	91
7.1.1	Flujo de caja mensual	92
7.1.2	Flujo de Caja Proyectado Anualmente	94
7.1.3	Periodo de recuperación	97
7.1.4	Fórmula aplicada para sacar el período de recuperación	97
7.2	Estado Financieros	97
7.2.1	Balance General	98
7.2.2	Estado de resultado	99
7.2.3	Punto de Equilibrio Anual	99
7.2.4	Fórmula para encontrar el punto Equilibrio	100
7.2.5	Punto de equilibrio 2012	101
7.2.6	Punto de equilibrio 2016	101
7.2.7	Punto de Equilibrio Consultoría	102
7.2.8	Punto de Equilibrio Soporte Técnico	103
7.2.9	Punto de Equilibrio Capacitación	105

## CAPÍTULO VIII

### ANÁLISIS DE RIESGOS

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
8.1	El riesgo y su contorno	120
8.2	Identificar riesgos en la información	108
8.3	Riesgos en la inversión	109
8.4	Control	111
8.5	Cálculo de Riesgo	112

**CAPÍTULO IX**  
**EVALUACIÓN DEL PROYECTO**

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
9.1	Evaluación del proyecto	141
9.2	Análisis de Escenario	118
9.2.1	Escenario Normal (conservador)	118
9.2.2	Escenario Pesimista	119
9.2.3	Escenario Optimista	119
9.3	Cronograma de Implementación	120
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS</b>		<b>121</b>
<b>ANEXOS</b>		<b>139</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>		<b>139</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
1	Nombre de la empresa	3
2	Análisis de mercado	19
3	Rivalidad de competidores	221
4	Sugar crm <a href="http://www.consultsugarcrm.com">www.consultsugarcrm.com</a>	255
5	Logo de la empresa	28
6	Cadena de valores	30
7	Cadena de valor de consultora sugar crm	333
8	Prestación de servicios	355
9	Modelo de negocio	41
10	Plano de la oficina	45
11	Topología de la red	45
12	Ventanas del sistema	50
13	Estructura de la organización	56
14	Punto de equilibrio anual 2012	101
15	Punto de equilibrio anual 2016	101
16	Gráfico punto de equilibrio consultoría	102
17	Gráfico punto de equilibrio consultoría 2012	103
18	Punto de equilibrio soporte técnico 2012	104
19	Punto de equilibrio soporte técnico 2016	104
20	Punto de equilibrio capacitación 2012	105
21	Punto de equilibrio capacitación 2016	106
22	Cronograma de implementación	120

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
1	Matriz FODA fortaleza y debilidades frente a la competencia	15
2	Matriz FODA oportunidades amenazas	15
3	Estrategia	16
4	Fórmula para hallar la población finita	23
5	Cuadro de la información entregada por el INEC	24
6	Equipos de TIC'S	42
7	Hardware	43
8	Servidores	43
9	Software a utilizar	43
10	Mobiliario	44
11	Gerente general	57
12	Contador externo	58
13	Secretaria ejecutiva	60
14	Jefe de consultores	61
15	Consultores	62
16	Activos fijos	78
17	Software	79
18	Gastos de arranque	80
19	Gastos de constitución	81
20	Capital de trabajo	81
21	Presupuesto de gastos operativos	82
22	Presupuesto de ingreso anual	83
23	Productos	83
24	Presupuesto ingreso de ventas mensuales	84
25	Presupuesto de ingresos de ventas por año	85
26	Presupuesto de comisiones	85
27	Presupuesto de costos variable anuales	85

28	Gastos de sueldos	86
29	Tabla de depreciación y amortización	87
30	Financiamiento (préstamo bancario)	89
31	Gastos operacionales	90
32	Flujo de caja mensual	92
33	Flujo de caja anual	94
34	Periodo de recuperación	97
35	Fórmula aplicada para el periodo de recuperación	97
36	Balance general	98
37	Estado de resultados	99
38	Punto de equilibrio	100
39	Fórmulas para encontrar el punto de equilibrio	100
40	Punto de equilibrio sugar crm	102
41	Punto de equilibrio sugar crm	103
42	Punto de equilibrio capacitación	105
43	Área administrativa	109
44	Área financiera	109
45	Área legal	110
46	Área informática/técnica	110
47	Instalaciones de la compañía	110
48	Riesgo de compañía	113
49	Cálculo de riesgo	114
50	Cálculo de prioridades	115
51	Cálculo de probabilidades	115
52	Escenario normal	118
53	Escenario pesimista	119
54	Escenario optimista	119

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
1	Cuestionario para administradores de rentadoras y concesionarias	126
2	Resultado de las encuestas	128
3	Tabla de preguntas	128
4	Encuesta	137

## RESUMEN

**TEMA:** Plan de negocios para constituir una empresa de consultoría para la implementación de un aplicativo informático de gestión de las relaciones con clientes.

**AUTOR:** Yelena Pahola Casanova Gilces

El objetivo de este plan de negocio es constituir una empresa de Consultoría para la implementación de un aplicativo informático de Gestión de las Relaciones con Clientes llamada SUGAR CRM Open Source para el sector automotriz en la ciudad de Guayaquil, entre sus actividades principales se encuentra la consultoría a empresas para la implementación del aplicativo, soporte técnico y la capacitación a los usuarios. La principal ventaja del proyecto es que el aplicativo es open source eso nos indica que la licencia es “gratuita” para nuestros clientes así como los profesionales altamente calificados en el desarrollo de este tipo de proyectos. Se realiza un análisis de la empresa para establecer la información general como misión, visión, valores, en el análisis general del mercado, para establecer las estrategias de mercadeo a utilizar antes de posicionar nuestro producto en el mercado, la matriz FODA, quienes serán nuestros potenciales clientes, en el análisis técnico se describe la tecnología a utilizar para implementar el aplicativo, en el análisis administrativo se define la estructura organizacional de la empresa, entidades de control de calidad, y la capacitación del personal. En base al análisis financiero se requiere un capital de USD 11.000,00 la cual se financiará con aporte por los socios, representado en un 50% por parte del socio Emprendedor y el 50% por el socio Capitalista, y un préstamo bancario de \$10.000 el cual nos da un monto de inversión de USD 21.000,00. Los resultados financieros indican que el proyecto es rentable con una tasa interna de retorno del 63% con un período de recuperación de 3 años.

---

**Casanova Gilces Yelena Pahola**

**Autor**

---

**Ing. David Ramos Tómalá MBA.**

**Director de Tesis**



## ABSTRACT

**TOPIC:** Business Plan to establish a consulting firm for the implementation of a computer application of customer relationship management.

**AUTHOR:** Yelena Pahola Casanova Gilces.

The purpose of this business plan is to build a consulting firm for the implementation of a computer application of Customer Relationship Management CRM call SUGAR Open Source for the automotive sector in the city of Guayaquil, among its main activities is the consulting to companies for the implementation of the application, technical support and user training. The main advantage of the project is that the application is open source that tells us that the license is "free" for our customers as well as highly qualified professionals in the development of this type of project. It performs an analysis of the company to establish the general information such as mission, vision, values, in the overall analysis of the market, to establish marketing strategies to use before positioning our product in the market, the SWOT matrix, who will be our potential customers. In the technical analysis describes the technology to use to implement the application, in the administrative analysis defines the organizational structure of the enterprise, entities of quality control, and the training of personnel. On the basis of the financial analysis requires a capital of USD 11,000.00 which will be financed with a contribution by the partners, represented by 50% of the Enterprising partner and 50% by the capitalist partner, and a bank loan of \$10,000 which gives us the amount of investment of USD 21,000.00. The financial results indicate that the project is profitable with an internal rate of return of 63% with a recovery period of 3 years.

---

**Casanova Gilces Yelena Pahola**

**Author**

---

**Ing. David Ramos Tómalá MBA.**

**Thesis Director**

## PRÓLOGO

El principal objetivo del proyecto es sintetizar de forma sencilla ideas principales para implementar una compañía dedicada a la consultoría en Sugar CRM, herramienta tecnológica de administración de relaciones con clientes; por ende va dirigido a futuros inversionistas interesados en ideas de negocios tecnológicos. Por consiguiente, se detalla algunos aspectos principales del desarrollo del proyecto de consultoría Sugar CRM, solo se trata de dar una visión superficial del proyecto y su posible factibilidad de éxito y económica.

En el capítulo 2 se puede observar el estudio de mercado y los posibles clientes en cuanto a la necesidad de implementación del CRM. En el capítulo 3 Y 4 se hace referencia al área técnica y administrativa donde se detalla la infraestructura necesaria tanto en lo material como en el personal que laborara en la compañía.

En el capítulo 5 se hace referencia a los requisitos legales necesarios para la implementación de la consultora. En el capítulo 6 donde presentamos el análisis económico. En el capítulo 7 se hace un análisis financiero de la situación esperada. El capítulo 8 abarcamos los riesgos y las estrategias de cómo evitarlos y/o superarlos. El capítulo 9 presenta los escenarios optimista, normal y pesimista donde se demuestra la factibilidad del negocio. En el capítulo 10 presentamos el cronograma de actividades que se debe realizar para implementar una empresa consultora. Con la información detallada anteriormente esperamos que los inversionistas puedan tener más clara la idea del negocio.

## CAPÍTULO I

### ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO

#### 1.1 Antecedentes

La necesidad de las empresas de mejorar el sistema de atención al cliente ha sido un trabajo difícil, por su complejidad y por la infinidad de situaciones diversas ante la que los encargados de esta área se tienen que enfrentar, día tras día, en la atención a los clientes, con diferentes preferencias, intereses y exigencias piden un sistema de gestión que ayude a crear una estrecha relación entre empresa y cliente.

En la actualidad, CRM son las siglas de "**Customer Relationship Management**", que traducido literalmente al castellano significa "gestión de las relaciones con los clientes". Pero aunque comúnmente podamos pensar que el concepto CRM sólo se asocia con aplicaciones software que ayudan a gestionar bases de datos, la realidad es que CRM engloba mucho más que eso. CRM es toda una filosofía de marketing en la que el cliente es el protagonista, llamado "marketing relacional".

El concepto CRM se ocupa de crear y evolucionar este tipo de estrechas relaciones entre empresa y cliente. Por lo tanto, podemos decir que CRM abarca todo aquello que tenga que ver con la optimización de la relación entre empresa/cliente con el fin de aumentar el rendimiento productivo de dicha empresa. Las bases de datos son uno de los pilares

más importantes que permiten una óptima gestión y seguimiento de cada cliente en particular, por lo que se hace necesario el uso de aplicaciones informáticas que permiten llevar a cabo todo el proceso con efectividad y sencillez. (Kaila, 2009)

## 1.2 Identificación del problema

La idea de la creación de una consultora para la implementación de una aplicación informática de Gestión de las Relaciones con Clientes llamada SUGAR CRM, nace de la necesidad de presentar apoyo al área atención al cliente de compañías dedicadas a rentar y vender vehículos con la diferencia de que es una aplicación de “código abierto” que ha conseguido posicionarse como líder de ese segmento de mercado. Esto implica que en principio cualquiera puede descargar la versión Sugar CRM Open Source y empezar a utilizarla sin costes por licencias de software.

### 1.2.1 Nombre de la empresa

El nombre de la empresa será CONSULTORA SUGAR CRM.

#### GRÁFICO No. 1

#### NOMBRE DE LA EMPRESA



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

## **1.2.2 Descripción del negocio**

La empresa dedicada a la consultoría para la implementación de una aplicación informática de Gestión de las Relaciones con Clientes llamada SUGAR CRM. La empresa será constituida en la ciudad de Guayaquil, como sociedad anónima, cuyo fin será de fomentar la implementación de aplicaciones informática de Gestión en áreas de atención al cliente de compañías dedicadas a rentar vehículos para ayudar a los objetivos de la misma.

Los clientes de la consultora podrán acercarse a nuestras oficinas o llamar a nuestros números telefónicos quien lo atenderá gustosamente para registrar su requerimientos además que también se puede registrar sus requerimiento en nuestra página web.

## **1.3 Visión y misión de la empresa**

### **1.3.1 Visión**

La Visión es fomentar la cultura en las empresas de adquirir aplicaciones informáticas de gestión para las diversas áreas de la misma. Consultora Sugar CRM debe ser una empresa que brinde calidad tanto en la implementación de la aplicación informática de gestión atención como en el apoyo a usuarios que ya posean la aplicación en su empresa, además de ser una solución ágil y confiable para las empresas que su fuerte del negocio es la atención al cliente.

### **1.3.2 Misión**

La Visión es fomentar la cultura en las empresas de adquirir aplicaciones informáticas de gestión para las diversas áreas de la misma. Consultora Sugar CRM debe ser una empresa que brinde calidad tanto en la implementación de la aplicación informática de gestión atención como en el apoyo a usuarios que ya posean la aplicación en su empresa, además de ser una solución ágil y confiable para las empresas que su fuerte del negocio es la atención al cliente.

## **1.4 Objetivos, estrategias y metas**

### **1.4.1 Objetivo**

Quedarnos en la mente de los empresarios como una alternativa para mejorar su área comercial con el CRM que tiene el potencial de revolucionar su empresa.

### **1.4.2 Estrategias**

- Demostrar que la implementación del CRM en su empresa es una ventaja para su empresa.
- Ofrecer al cliente un servicio de consultoría 100% de calidad.
- Garantizar la confiabilidad de la información.

### **1.4.3 Metas**

- Motivar y capacitar a nuestro equipo de colaboradores.

- Asegurar el mejoramiento continuo de la organización.
- Trabajar en equipo para el crecimiento del personal y por ende de la empresa.
- Mantener el enfoque en el mejoramiento del negocio de nuestros clientes.

### **1.5 Valores de la empresa**

- Trabajo en equipo en estructura organizacional desacuerdo a jerarquía.
- Capacitación continua de los colaboradores mediante cursos, talleres o pláticas impartidas por personas especializadas.
- Un compromiso real con la excelencia cumpliendo con los estándares de calidad.
- Ser proactivos, propositivos e incluyentes con el objetivo de alcanzar un desarrollo personal y laboral, así como profesional en todos los colaboradores.
- Propiciar un ambiente organizacional favorable por medio de motivaciones y estímulos para todos los miembros de la organización.

### **1.6 Valores de los empleados de la empresa**

Los colaboradores de la **Consultora Sugar CRM**, deberá cumplir con valores humanos, éticos y culturales aplicándolos a su buen desempeño y que estén acorde con la finalidad del negocio, como son:

- **Integridad:** Defender las creencias y valores de la empresa, rechazar filosofías ajenas a la misma.
- **Lealtad:** Demostrar en cada una de sus actividades honestidad y sinceridad.
- **Honestidad:** Cada uno de nuestros colaboradores deberán ser honestos además de trabajar usando la razón y conciencia en sus labores diarias facilitando sus actividades así siempre deberán estar seguros de lo que realizan.
- **Dedicación:** Los colaboradores deberán poner todo su esfuerzo y energía a su trabajo cumpliendo con las metas proyectadas en el negocio y las propias con la finalidad de establecer una continua mejora en lo personal y en lo laboral.
- **Respeto:** Indicar el respeto por todas las personas que trabajan dentro y fuera de la empresa, haciendo énfasis en el sentido de servicio que debe tener nuestra empresa.
- **Trabajo en equipo:** El trabajo en equipo es una virtud en las empresas de hoy, motivo por el cual todos debemos unirnos en la labor diaria mejorando así nuestro desempeño individual y grupal.
- **Responsabilidad:** La responsabilidad será un factor nato en todos los colaboradores de la empresa.

## 1.7 Tendencia del mercado

### 1.7.1 Tendencia del mercado nacional

El mercado de consultoría para la implementación de aplicación



informática de Gestión de las Relaciones con Clientes llamada SUGAR CRM sería nuevo debido a que en nuestro país se realizan consultorías en área de equipamiento y con software muy costoso; lo que nos da una ventaja debido a que nuestro software es de acceso libre sin costo para el cliente; el cual solo cancelaría por la implementación de la aplicación de gestión de relaciones con clientes. Esta aplicación se convertirá en el principal aliado de la empresa por contener los datos de sus clientes con sus opiniones y comentarios los cuales les ayudarán al usuario a tener más clara la necesidad de sus clientes por ende mejorar continuamente su servicio. (Crespo, 2008)

### **1.7.2 Tendencia Del Mercado Internacional**

En Países Desarrollados ya se ha utilizado la consultoría para la implementación de aplicación informática de Gestión de las Relaciones con Clientes llamada SUGAR CRM en compañías multinacionales tales como Avis, Coca Cola, healthscreen, O&M (proveedor neerlandés de fibra óptica), entre otros dando resultados muy buenos y alentadores; los cuales no pone a pensar que nuestro país necesitaría una aplicación de este tipo para seguir de la mano con los avances en la atención al cliente que será lo nuevo en el desarrollo empresarial. Dentro de un negocio de servicio el pilar primordial sería el cliente y su opinión debe de quedar registrada para poder filtrarla, de esa manera mejorar continuamente el servicio. (Jha, 2008)

## **1.8 Justificativos**

### **1.8.1 Justificación**

Por medio de esta plataforma podemos crear una retroalimentación

de información entre el cliente y la compañía. El CRM ayuda a su empresa a comunicarse con clientes, compartir información de ventas, cerrar negocios y que los clientes estén contentos.

### **1.8.2 Delimitación**

La consultoría para la instalación e implementación de la plataforma SUGAR CRM se enfoca exclusivamente en el mejoramiento de la gestión de las relaciones con los clientes de la empresa y en la capacitación de los usuarios que manejarán la plataforma para aprovechar todas las ventajas del CRM.

## **1.9 Objetivos de la Investigación**

### **1.9.1 Objetivo general**

Este proyecto está orientado a la creación de una empresa de consultoría dedicada a la implementación de una plataforma CRM y a la capacitación de los usuarios que lo utilizarán, así garantizamos su buen manejo y el aprovechamiento de todas las ventajas que esta plataforma ofrece.

### **1.9.2 Objetivos específicos**

- Desarrollar el análisis del entorno de la empresa e identificar el problema que crea la necesidad de la consultoría de Sugar CRM.
- Realizar el análisis de mercado para identificar el mercado meta y la estrategia a seguir.

- Desarrollar el análisis técnico considerando lo que requiere la empresa de consultoría para sus actividades profesionales.
- Realizar el análisis administrativo para considerar la cadena de valor y desarrollar el organigrama de la consultora.
- Realizar el aspecto legal y social de la consultora.
- Realizar el análisis económico para conocer los valores de la inversión en la creación de la consultora.
- Realizar el análisis financiero considerando 3 escenarios para evaluar la rentabilidad del negocio.
- Realizar el análisis de riesgos que nos permita identificar riesgos financieros como riesgos físicos.

## CAPÍTULO II

### ANÁLISIS DE MERCADO

#### 2.1 Descripción del servicio y producto

Es el análisis del medio ambiente en que se desenvuelve la empresa.

Es el estudio de los factores que puede afectar a la ejecución de los planes de la organización.

El aspecto clave del entorno de la empresa es el sector o sectores empresariales en los que compete.

La estructura de un sector empresarial tiene una fuerte influencia al determinar las reglas del juego competitivas, así como las posibilidades estratégicas potencialmente disponibles para la empresa.

La esencia de la formulación estratégica competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente, aunque el entorno es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas. (Jordi Ferré Nadal, 1997)

En el área de la consultoría los mercados son competitivos pero la idea principal y la calidad del software a usarse son cruciales y definitivas

en el éxito del negocio. Debido a que se necesitara probarle a las compañías de alquiler y concesionarias de vehículos que el software contiene las aplicaciones necesarias para ellos, de esa manera captamos la información de sus clientes y nos retroalimentamos con esos datos de esa forma se pueden corregir inconvenientes diarios así agilizamos su trabajo con la eficiencia en su servicio. Esto se puede convertir en una ventaja en el mercado para la compañía de alquiler y concesionarias de vehículos.

La **Consultora Sugar CRM**, se constituirá como una empresa de servicio en la implementación de una aplicación informática de Gestión de las Relaciones con Clientes llamada SUGAR CRM, nos encargaremos de la correcta implementación de la aplicación y la capacitación de los usuarios.

La fuente de ingreso será la implementación de una aplicación informática de Gestión de las Relaciones con Clientes la cual será instalado en las PC o portátiles que las compañías de alquiler y concesionarias de vehículos tenga disponible para este fin.

Su funcionalidad consiste en el registro de los datos personales de sus clientes y el filtrado de comentario, inconvenientes, quejas y observaciones de sus clientes que quedaran archivados en su aplicación informática de Gestión de las Relaciones con Clientes, la cual nos permitirá mejorar el servicio de alquiler de vehículos según la información receptada.

Ante la falta de alternativas para mejorar el sistema de atención a clientes tradicionales se les hace imposible registrar los acontecimientos del negocio de renta de vehículos por eso lo más factible es implementar esta aplicación informática como soporte a esta área; de esta manera la

organizamos y mejoramos continuamente la atención a los clientes.

Esta aplicación informática de “código abierto” que ha conseguido posicionarse como líder de ese segmento de mercado. Esto implica que en principio cualquiera puede descargar la versión Sugar CRM Open Source y empezar a utilizarla sin costos por licencias de software.

Una buena alternativa para que los dueños de la empresa de alquiler de vehículos puedan medir cómo va la atención a sus clientes es mediante la opción de fomentar la cultura de adquirir aplicaciones informáticas de gestión para la atención a clientes así mejoramos el manejo de información.

En la telaraña del internet podemos encontrar diversas alternativas de aplicaciones informáticas de gestión para las diversas áreas. Esperamos poder fomentar la cultura de usar estas aplicaciones.

Por esa razón damos la opción de nuestra dirección de internet.  
**WEBSITE: [WWW.CONSULTSUGARCRM.COM](http://WWW.CONSULTSUGARCRM.COM)**

A continuación detallo los servicios ofrecidos por la empresa y la funcionalidad de cada uno:

- **Ventas:**

La empresa ofrecerá servicio de consultoría de implementación de la aplicación informática por medio del portal de internet a todos los usuarios del internet donde podrán encontrar información de los números telefónicos. La contratación del servicio se deberá hacer previo una

reunión de explicación del servicio y de sus resultados con el cliente luego se procederá al pago de la mitad del valor pactado en el contrato.

- **Marketing - Publicidad:**

Se realizara campaña de marketing y publicidad en los medios de comunicación (radio y televisión).

Se contratara personal para que distribuyan en sectores claves de la ciudad catálogos para que la empresa se pueda dar a conocer.

Se darán ofertas para nuestros clientes con descuentos especiales.

Las promociones variaran con la finalidad de posicionarnos y acaparar cartera de clientes en el mercado

## **2.2 FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas)**

La técnica del FODA la podemos definir como una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos a la empresa y por tanto controlables, tales como fortaleza y debilidades, además de factores externos a la misma y por tanto no controlables, tales como oportunidad y amenazas. (Borello, 1994)

Luego de haber realizado un análisis interno del Servicio que va a ofrecer “Consultoría Sugar CRM”. Se han establecido las siguientes fortalezas y amenazas del servicio frente a los productos que ofrece la competencia en el mercado ecuatoriano.

## 2.2.1 Fortaleza y Debilidades frente a la competencia

**CUADRO No. 1**  
**MATRIZ FODA FORTALEZA Y DEBILIDADES FRENTE A LA**  
**COMPETENCIA**

<b>Análisis FODA</b>	<b>Fortaleza</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Análisis Interno</b>	F1. Recurso Humano calificado.	D1. Falta de dinero para aumentar el capital de trabajo.
	F2. Servicio Exclusivo al Cliente.	D2. Personal no confiable sin ética profesional.
	F3. Ética en el servicio.	D3. No cubrir en todo el país, inicialmente lo hará en Guayaquil.
	F4. Sistema de Seguridad de Información.	D4. Poca publicidad de nuestro sitio web.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

## 2.2.2 Oportunidad y Amenazas

**CUADRO No. 2**  
**MATRIZ FODA OPORTUNIDADES AMENAZAS**

<b>Análisis FODA</b>	<b>Oportunidad</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Análisis Externo</b>	O1. Nuevo servicio de software gratis.	A1. Que el precio de nuestro servicio le parezcan muy alto a nuestros clientes.
	O2. Software utilizado por compañías multinacionales.	A2. Que no se logre crear la cultura de uso de aplicaciones informáticas.
	O3. No existe competencia directa con el servicio.	A3. Cambio acelerado en los mercados.
	O4. Capacidad de crecimiento en otras ciudades importantes.	A4. Falta de confianza y credibilidad en los resultados del servicio.
	O5. Falta de cultura de implementación de aplicaciones informáticas.	A5. Mercado Político- Económico de cambio constante.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova



### 2.2.3 Estrategia

#### CUADRO No. 3 ESTRATEGIA

E1. Diferencia con base en el costo/ beneficio y calidad del producto.
E2. Difusión personalizada, visitas demostrativas.
E3 Acercamiento a los sectores productivo y lograr apoyo estratégico.
E4.Capacitación en la forma de utilizar el software.
E5. Charlas de moral , Ética y fidelidad a la empresa
E6. Mantener activa la Misión y Visión de la empresa.
E7. Difundir la idea del negocio como necesario para la sociedad empresarial.
E8. Establecer sistema de seguridad de información confiable.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

Basándose en el cuadro se determina las estrategias para aprovechar las oportunidades y fortaleza, así como también neutralizar las Amenaza y superar las debilidades.

### 2.3 Ventaja diferencial de nuestro servicio

Se divide en tres categorías:

- **Servicio**

El servicio de la consultora debe de ser de calidad ya que contamos con un buen software que le facilitara la atención de los clientes de la compañía de alquiler de vehículos que podrá registrar y filtrar la información requerida para mejorar el servicio. Como ocurre con los bienes, los clientes exigen beneficios y satisfacciones de los servicios que van a adquirir.

Los servicios se compran y se usan por los beneficios que ofrecen, por las necesidades que satisfacen y no por si solos.

También se necesitara prestar atención a aspectos como el buen manejo del software para que rinda los beneficios esperados.

- **Precio**

El precio siempre es muy importante ya que es un buen requisito para poder competir en el mercado y por medio de este establecer una excelente estrategia de marketing.

El precio para el marketing es variable y de suma importancia para la toma de decisiones.

Las **ofertas o promociones** las manejaremos por:

- ❖ Publicidad para dar a conocer el servicio entre las compañías de Alquiler de vehículos.
- ❖ Presenta promociones a cadenas internacionales que yacen en el país trabajando.
- ❖ Dar a conocer los posibles resultados del servicio para dar más credibilidad.

El servicio contara con la capacitación continua de nuestros clientes para que puedan obtener el 100% de los resultados del Sugar CRM.

El costo de nuestros servicios está basado en el estudio de mercado de la consultoría a nuestro software y el tiempo de dedicación a la capacitación continua de nuestros clientes.

- **Calidad**

El cliente exige la calidad y diferenciación del software. Nuestros colaboradores bien capacitados marcarán la diferencia en la calidad de nuestro servicio.

La empresa establecerá relaciones comerciales con las diferentes empresas dedicadas al negocio de alquiler de vehículos ya sean estas empresas locales o internacionales a fin de dar un servicio de buena calidad para brindar la seguridad y confianza a los clientes al adquirir una consultoría en la empresa.

### **Características diferenciales de los servicios**

- Capacitación continua de nuestros clientes.
- Colaboradores comprometidos con la empresa.
- Creación de un paquete de consultoría.
- Ofrecimiento de servicio de calidad.
- Garantizar la seguridad de la información.

### **2.4 Análisis de los futuros clientes**

Los clientes de empresa serán las compañías de alquiler de

vehículos nacionales e internacionales manteniendo un buen servicio con un valor económico aceptable para el beneficio de la empresa.

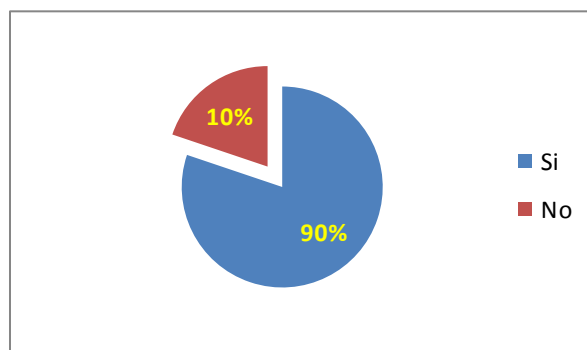
En estos últimos años en el Ecuador las Consultorías están ganando más espacio pero el uso de aplicaciones informáticas en las consultorías no son tan comunes como quisiéramos por ende debemos crear la cultura de utilización de aplicaciones informáticas para la gestión en diversas áreas de la empresa; nosotros solo cubriremos la implementación de aplicaciones informáticas en la gestión de atención al cliente de compañías de alquiler de vehículos.

#### 2.4.1 Análisis de encuestas

Para conocer sobre el interés de las compañías de alquiler de vehículos debemos realizar la encuesta para conocer cuáles son las principales problemáticas de la atención a sus clientes y como el software le puede ayudar en su tarea, esto nos permitió, conocer las necesidades del cliente.

Esta encuesta nos refleja lo siguiente.

**GRÁFICO No. 2**  
**ANÁLISIS DE MERCADO**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

Las empresas de alquiler de vehículos encuestadas en un 90% le gustaría hacer la implementación de una aplicación informática de Gestión de las Relaciones con Clientes.

## **2.5 Análisis de la competencia**

Para tener éxito, es necesario conocer y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores mejor que la competencia. Es imprescindible conocer quiénes van a competir con el negocio. Las empresas deben adaptarse no solo a las necesidades de los clientes, sino también aliarse a los avances tecnológicos para mejorar continuamente su gestión.

No existe una estrategia competitiva que funcione para todas las empresas. Cada empresa debe considerar su tamaño y su posición en el mercado frente a sus competidores.

El Análisis Porter de las cinco fuerzas es un modelo elaborado por el economista Michael Porter en 1979, en que se describen las 5 fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de una compañía que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste. Las primeras cuatro fuerzas se combinan con otras variables para crear una quinta fuerza, el nivel de competencia en una industria. (Carneiro, 2010)

### GRÁFICO No. 3

#### RIVALIDAD DE COMPETIDORES



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

1. **Amenaza de nuevos competidores:** El mercado tecnológico avanza día a día y con ellos surgen competidores con nuevas aplicaciones para lo cual la consultora SUGAR CRM, debe estar al tanto de estos avances para tener la prevención de que nuestro software vaya renovándose según los avances tecnológicos. Además que ese competidor puede entrar con precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la empresa.
2. **Poder de negociación con proveedores:** El mercado de servicio de consultoría es muy competitivo y denota tener una muy buena alianza estratégica y/o convenio de exclusividad con la marca del producto principal del negocio así asegurar una firmeza en el mercado de servicio y renovación del producto de la mano del proveedor.
3. **Poder de negociación con los clientes:** El mercado de servicio de consultoría es atractivo, cuando los clientes están muy bien organizados, además esto denota mucha agilidad de negociación para conseguir la atención de las compañías de alquiler y concesionarias de vehículos que se

interesen en los resultados de esta aplicación informática de gestión de atención a clientes. Esto les permite a las rentadoras de vehículos tener mucha seguridad con la información; y les facilita la comunicación con sus clientes los cuales rentaran sus vehículos con mayor confiabilidad y con una atención más personalizada.

**4. Amenaza de producto sustituto:** Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica en el caso de las aplicaciones informáticas debido a que los avances tecnológicos no paran y por ende debemos estar pendientes de este tema como una base fundamental del negocio.

**5. Rivalidad:** En lo referente a rivalidad en el mercado de consultoras depende mucho de la alianza que generemos con el proveedor porque al convertirnos en partners de ellos en Ecuador la rivalidad en el mercado sería muy poca, por la diferencia de servicios. En conclusión en lo referente a la rivalidad en el mercado de consultoría sería nula o muy poca en la prestación de servicio de CRM OPEN SOURCE.

## **2.6 Tamaño de mercado**

### **2.6.1 Plan de mercado**

A continuación se muestra el mercado en el cual nos enfocamos:

**El sector de las compañías Rentadoras y Concesionaras de Vehículos están distribuidas entre empresas de franquicia internacional y empresas nacionales que prestan ese servicio , según la encuesta realizada las empresas de franquicia internacional tienen más apertura y**

conocimientos sobre la aplicación informática para atención a clientes por ende están más interesados en poseer estas aplicaciones, las otras compañías no la rechazan la propuesta pero si piden más información detallada para ver los beneficios.

Según el INEC hay aproximadamente 676 establecimientos de Concesionarias y Rentadoras de Vehículos en las tres principales provincias del país. (INEC, 2011)

Para determinar el tamaño de la muestra se consultó la proyección estimada de los establecimientos de concesionarias y rentadoras de Vehículos en las tres principales provincias tales como Pichincha, Guayas y Azuay.

#### CUADRO No. 4 FÓRMULA PARA HALLAR LA POBLACIÓN FINITA

Fórmula para hallar una población FINITA = $(Z^2NPQ) / (d^2(N-1)+Z^2P.Q)$			
NIVEL DE CONFIANZA:	2%		1,92
ERROR DE ESTIMACIÓN:	%	=	0,08
PROBABILIDAD DE ÉXITO:	0%	=	0,5
PROBABILIDAD DE FRACASO:	0%	=	0,5
POBLACIÓN:		=	<b>676</b>
MUESTRA:		: =	<b>119</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova



De donde:

$n$ = Tamaño de la muestra.

$Z$ = Correspondiente al nivel de confianza elegido.

$P$ =Probabilidad de éxito.

$d$ =Error máximo,  $(1-e)$  nos da un nivel de confianza de 92% lo cual está dentro del nivel habitual.

$N$ =Tamaño de la población.

$Q$ = Probabilidad de Fracaso.

El tamaño de la muestra para realizar las encuestas a las Concesionarias y Rentadoras de Vehículos en las principales Provincias Azuay, Pichincha y Guayas según explica el cuadro.

**CUADRO No. 5**  
**CUADRO DE LA INFORMACIÓN ENTREGADA POR EL INEC**

ALQUILER DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES				
Tipo de establecimiento	Provincias			
	Azuay	Guayas	Pichincha	
1 Único	1	36	21	
2 Matriz (o Administración Central)		2	3	
3 Sucursal	3	10	9	
<b>TOTALES</b>	4	48	33	<b>85</b>

VENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES				
Tipo de establecimiento	Provincias			
	Azuay	Guayas	Pichincha	
1 Único	106	95	126	
2 Matriz (o Administración Central)	14	20	43	
3 Sucursal	26	66	95	
<b>TOTALES</b>	146	181	264	<b>591</b>
				<b>676</b>

**Fuente:** Censo Nacional Económico (2010). Instituto nacional de estadística y censos.

**Elaborado por:** Unidad de Análisis (DILIT)

## 2.7 Plan de Mercado y estrategias de ventas

### 2.7.1 Plan de Mercado

El Plan de mercado adapta y realiza análisis tomando en cuenta las características del servicio y de servicios similares, utilizando para identificar el mercado meta para el producto.

### 2.7.2 Objetivos del plan de Mercado

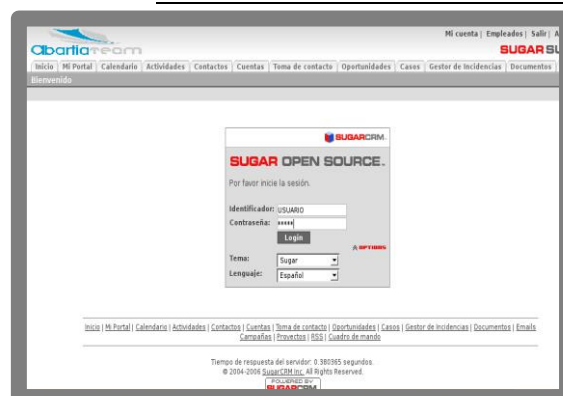
Nos proponemos en el primer año instalar aproximadamente 15 implementaciones de aplicación informática **para la gestión de atención a clientes** en las compañías de alquiler y concesionarias de vehículos en las siguientes **provincias Azuay, Pichincha y Guayas.**

## 2.8 Presentación y Descripción del Producto

La **Consultora Sugar CRM**, como una empresa de servicio en la implementación de una aplicación informática de Gestión de las Relaciones con Clientes para Compañías de alquiler de vehículos.

### GRÁFICO No. 4

#### SUGAR CRM [WWW.CONSUULTSUGARCRM.COM](http://WWW.CONSUULTSUGARCRM.COM)



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Yelena Casanova

Considerando la necesidad que tienen las empresas de alquiler de vehículos en mejorar la información que tiene que ver con la atención a sus clientes se ha creado esta aplicación informática para facilitar su gestión.

### **2.8.1 Estrategias de Precio**

Los precios de la empresa se justificaran debido al servicio dedicado hacia el cliente que ofrecemos.

### **2.8.2 Estrategia de Publicidad**

La publicidad deberá estar enfocada en la venta del servicio a un costo muy accesible para los clientes.

Las promociones y las publicidades se lo realizaran de las siguientes maneras:

- Venta directa.
- Publicidad impresa.
- Internet.
- Medios de comunicación (radio, tv, prensa).

De esta forma se lograra un contacto directo con el cliente.

Para posicionar en el mercado enfocando exitosamente nuestro servicio.

Posicionamiento por asociación.

Por comparación más o menos directa con la aplicación informáticas porque no hay competencia de este servicio en el mercado.

### **2.8.3 Servicio de postventa**

El objetivo primordial de la empresa es la satisfacción del cliente, para brindar un mejor servicio tendrán una capacitación continua en el desarrollo de la implementación además de un monitoreo continuo luego de terminada la implementación.

### **2.8.4 Estrategia Empresarial**

Enfocando en los objetivos que persigue la empresa, los recursos y el estudio de mercado se pueden definir una estrategia que sea más adecuada para el negocio.

**Diferenciación:** Lo que nos va a diferenciar de la competencia es que no tenemos competencias con el servicio en el mercado.

**Enfoque:** La empresa se enfocara exclusivamente en el sector de compañías de alquiler y concesionarias de vehículos de las siguientes **Provincias Azuay, Pichincha y Guayas.**

**Tenemos unas ventajas competitivas**

**Calidad:**

La calidad del servicio excelente.

**Innovación:**

Software de “código abierto” quiere decir licencia gratuita.

**Garantía del servicio:**

Servicio de capacitación continua para manejo de la aplicación a nuestros clientes.

**2.9 Logo**

**GRÁFICO No. 5  
LOGO DE LA EMPRESA**



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Yelena Casanova

**2.10 Slogan**

**“La diferencia en la gestión con tus clientes”.**

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS TÉCNICO

#### 3.1 Antecedentes

El análisis de la empresa fue realizado en una reunión de socios de la empresa “SUGAR CRM”, donde se evaluó los requerimientos necesarios para el levantamiento técnico de la empresa y que esta pueda tener un buen funcionamiento.

La empresa competirá a nivel nacional, para esto deberá emplear procesos de alto nivel con atención de calidad debido a la competitividad globalizada que hay en este tiempo.

Tomando en consideración que el servicio se encargará de la correcta implementación de la aplicación y la capacitación de los usuarios; el punto fuerte será la atención personalizada de los clientes.

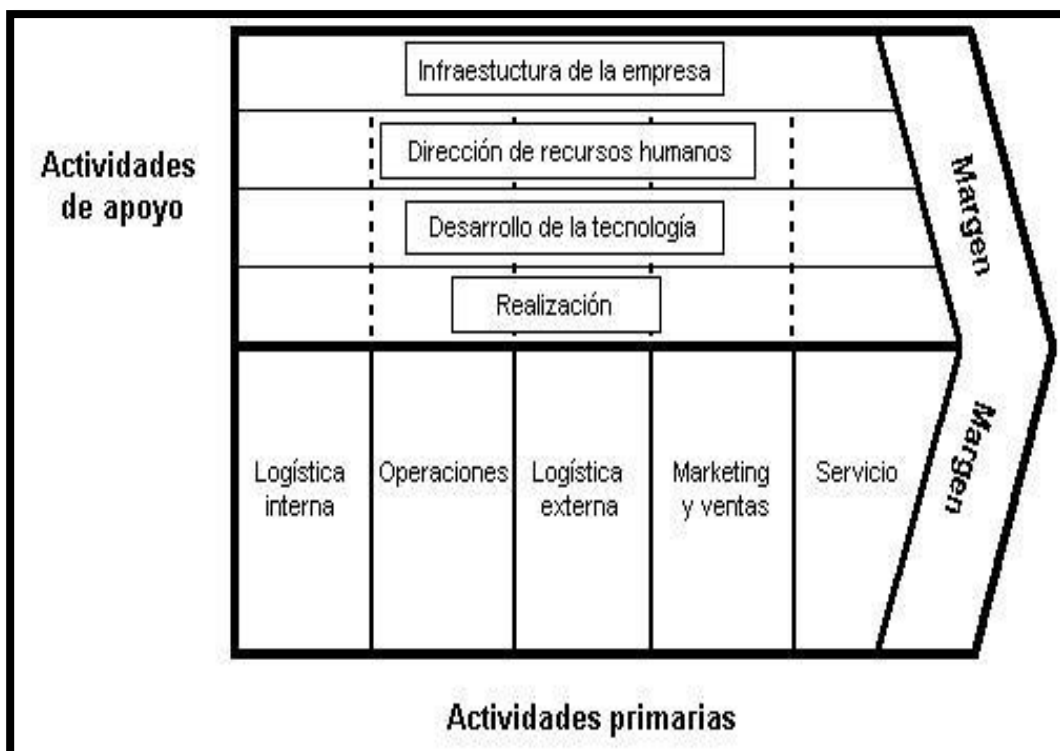
En el esquema puramente descriptivo de actividades que realiza una empresa para crear valor a los clientes, generando así ventajas de diferenciación y producir resultados financieros podemos definir así a la cadena de valor.

### 3.2 Cadena de Valor

El marco conceptual de la cadena de valor de Michael Porter es un modelo que nos ayuda a analizar las actividades específicas con las cuales las firmas pueden crear valor y ventaja competitiva. (Frances, 2006)

Su esquema básico está representado en el siguiente gráfico:

**GRÁFICO No. 6**  
**CADENA DE VALORES**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

El concepto de cadena de valor distingue entre dos tipos de actividades básicas en todas las empresas.

- ❖ Actividades primarias
- ❖ Actividades secundarias

### 3.2.1 Descripción de las actividades primarias

Las actividades primarias son aquella que interviene directamente en la comercialización de la empresa.

**A continuación se detalla cada una de ellas:**

- **Logística Interna:** Incluye el ingreso, almacenamiento y control de la información por parte del usuario para la implementación de la aplicación de gestión.
- **Operaciones:** Incluye el Web Site e interface auto administrable de la información.
- **Logística de Externa:** Administración y filtrado de la información. Firma de contrato de la implementación de la aplicación informática de Gestión de las relaciones con clientes.
- **Marketing y Ventas:** Las actividades asociadas a conseguir clientes, incluyendo: selección de canal de difusión, publicidad, promoción, ventajas, asignación de precios, gestión de visitas personalizadas y seguimientos, etc.
- **Servicio:** Las actividades que mantienen y realzan el valor del servicio, incluyendo: soporte de clientes, soporte técnico en lo relacionado con la implementación de aplicación, depuración de y reciprocidad de información.

### 3.2.2 Descripción de actividades secundarias

Estas actividades están relacionadas con aquella área de la empresa que no intervienen directamente en lo referente al producto de la empresa.



### **Infraestructura de la empresa:**

Incluye la gerencia general, la jefatura de planeamiento, logística y desarrollo de sistemas, la jefatura de marketing, jefatura de finanzas.

### **Administración de Recursos Humanos:**

Las actividades asociadas al reclutamiento, al desarrollo y a la remuneración de empleados y porcentaje de utilidades a socios.

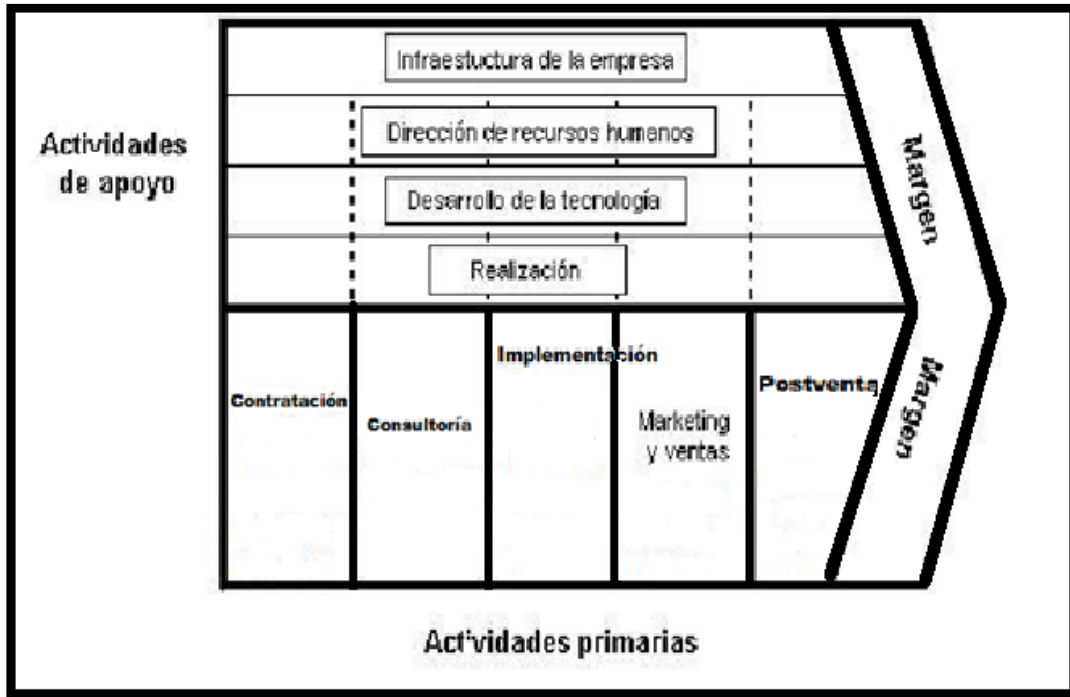
### **Desarrollo de Tecnología:**

Incluye el desarrollo de tecnología para apoyar a las actividades de la cadena de valor. Por ejemplo: Investigación y desarrollo, automatización de procesos, diseño y rediseños.

Se hablará de desarrollo tecnológico, cuando tanto los encargados de la investigación tecnológica o los ingenieros, como la empresa productora de bienes y servicios (ésta última con sus apoyos de ingeniería, de finanzas, de mercadotecnia y de otros), se involucren en un proceso cuyo fin sea el poner en el mercado nuevos productos que sean competitivos y que satisfagan las necesidades y exigencias del mercado con la mayor calidad posible. Es claro que sus productos serán artículos listos para el mercado.

### 3.3 Cadena de valor de consultora SUGAR CRM

GRÁFICO NO. 7  
CADENA DE VALOR DE CONSULTORA SUGAR CRM



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

#### 3.3.1 Descripción de Actividades Primarias

Estas actividades intervienen directamente la comercialización de la empresa.

A continuación detalla cada una de ellas:

##### Contratación

- ❖ Coordinar citas para visitar a las compañías de alquiler de vehículos.
- ❖ Presentar nuestra propuesta a las autoridades de compañías de alquiler

de vehículo mediante Pruebas de las ventajas de la aplicación informática de gestión de las relaciones con clientes.

- ❖ Coordinar con gerentes de compañías próxima cita para conversar sobre los costos por el servicio de implementación.
- ❖ Aprobación y firma del contrato de Servicio.

### **Consultoría**

- ❖ Coordinar con las autoridades de la compañía contratante el itinerario para iniciar la consultoría del área para la posterior utilización de la aplicación informática de gestión de las Relaciones con clientes.
- ❖ Luego coordinar la inducción al personal a cargo del manejo de la aplicación informática para un correcto funcionamiento de la misma.

### **Implementación**

- ❖ Implementación de la aplicación informática en el servidor o dominio del usuario.
- ❖ Levantamiento y administración de la información.
- ❖ Soporte técnico tales como: depuración, mantenimiento, respaldo de la información.

### **Marketing y ventas**

- ❖ Realizar las llamadas a empresa de alquiler de vehículo para dar a conocer el servicio de Consultoría e implementación de la aplicación informática.

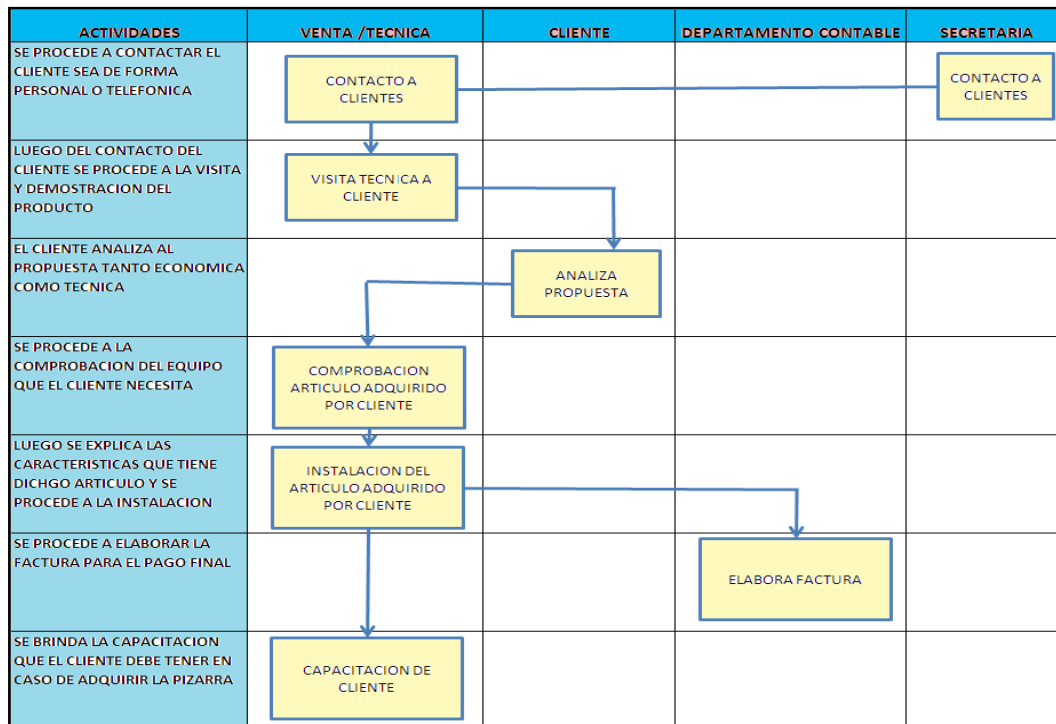
- ❖ Visita demostrativas a compañía de alquiler de vehículo y concesionarias.
- ❖ Publicidad del Sitio Web de la empresa.
- ❖ Publicidad por Radio y en Revistas Sociales.

**Postventa**

- ❖ Administración y filtrado de la información.
- ❖ Inducción del manejo de la aplicación SUGAR CRM.
- ❖ Inducción al personal para el buen uso de la aplicación SUGAR CRM.
- ❖ Llamar al cliente frecuentemente para conocer su opinión

**GRÁFICO No. 8**

**PRESTACIÓN DE SERVICIOS**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

### 3.3.2 Descripción de Actividades Secundarias

Estas actividades están relacionadas con aquella área de la empresa que no intervienen directamente en lo referente al producto de la empresa.

#### **Infraestructura**

- ❖ Gerente general y gerente de marketing.
- ❖ Personal de Soporte básico del servidor donde se descargara la aplicación y manejo de web site, almacenamiento de la información en el dominio.
- ❖ Consultores de la Aplicación informática.
- ❖ Administración.
- ❖ Contabilidad.
- ❖ Ventas.

#### **Gestión de Personal**

- ❖ Selección del Personal
- ❖ Reclutamiento de Personal
- ❖ Capacitación
- ❖ Remuneración de personal

## **Tecnología**

- ❖ Automatización de procesos.
- ❖ Diseño y rediseño de procedimientos.
- ❖ Elemento de Hardware.
- ❖ Elemento de Software.
- ❖ Elemento de comunicación.

## **Adquisiciones**

- ❖ Hardware
- ❖ Software
- ❖ Comunicación
- ❖ Suministros.

### **3.4 Tecnología usada para el apoyo de los procesos del negocio**

El proceso de negocio va a estar basada en un web site donde vamos a ingresar a los clientes y la información básica de ellos para dejar constancia de haberles brindado el servicio deseado.

La página web está desarrollada para brindarles a los clientes la opción de ingresar y solicitar el servicio. (SUGAR CRM, 2004)

Para la instalación del SUGAR CRM OPEN SOURCE 4.5 of se deberá utilizar los siguientes software APACHE, PHP, MYSQL.

Desarrollada en PHP y MySQL, está diseñada para máxima facilidad de despliegue en la administración de manejo de ventas, sales leads, contactos de negocios, y más. A partir de la versión 4.5, también está disponible una versión que permite utilizar SQL Server como base de datos.

### **El Web Site contiene:**

- ❖ Registro de datos de los usuarios.
- ❖ Control de usuarios que pueden realizar consulta de información.
- ❖ Información básica de los requerimientos técnicos para descargar SUGAR CRM OPEN SOURCE 4.5. of.
- ❖ Los servicios que prestara la empresa entre los cuales:
  1. Consultoría en gestión comercial SUGAR.
  2. Consultas en diseños multidimensionales.
  3. Consultas en Diseño de procesos de gestión.
  4. Consultas en Campañas de Marketing.
  5. Consultas en herramientas de Reportes de ventas.

### **Información General**

#### **❖ Servicio de Consultora SUGAR CRM**

Por el proyecto SUGAR CRM le dará a su empresa el giro de calidad total que usted necesita.

## ❖ SOLICITUD O FORMULARIO DE INFORMACIÓN

Si usted desea contactarse con nosotros favor llenar el siguiente formulario y pulsar enviar. Si desea contactar a uno de nuestros colaboradores favor hacer click en staff y previa coordinación se procederá a realizarle una visita de demostración de las ventajas del software. Para ellos debe escribir el correo electrónico correspondiente:

- Nombre/Name (se escribe el nombre de las personas que se interesa del sitio).
- Email: (Dirección del correo electrónico, para escribir al usuario).
- Teléfonos/Phones: (Números de teléfonos).
- Información requerida y /o sugerencias/ Others:  
(En este casillero el visitante podrá escribir todas las preguntas o sugerencias en beneficio de este portal).
- Una vez lleno este formulario o solicitud, se presionará un botón de enviar o caso contrario presionará otro botón borrar.
- Dentro de la página de Solicitud o Formulario de información y sugerencias, se indicará, que haciendo un click en staff, este hará un link a una página que contendrá lo siguiente:

## ❖ Hosting y Dominio

Se debe disponer de un proveedor de servicios, que será la empresa que facilitará la conexión, se realizara mediante un método de selección de las empresas que disponen de todas las herramientas necesarias para que el sitio Web tenga la más altas prestaciones y aseguren la disponibilidad, integridad y confidencialidad de los datos.

- **Hosting:** Es el servidor donde se hospedará la Web, que dispone de todas las herramientas necesarias para que el sitio Web tenga las más



altas prestaciones, el pago será anual.

- **Dominio:** En internet tener un nombre significa tener un dominio, que debe corresponder o aproximarse lo más posible al nombre real.  
El dominio será: [www.consultSugar.com.ec](http://www.consultSugar.com.ec)
- **Registro del dominio:** Mediante el pago de una cuota anual a un registrador de dominio para que todos los servidores DNS del mundo conozcan cómo hacer la resolución del dominio. La página será accesible mediante el nombre de dominio desde cualquier ordenador.

### 3.5 Modelo de negocio

Como parte del modelo de negocio, la estrategia en procesos, permite colocar a los clientes en una posición de liderazgo y desarrollo sostenible respecto a sus competidores, la industria o el sector, en los cuáles participan, esto último a través de la implementación de la metodología, la cual es aplicable a cualquier industria, ya sea de bienes o servicios. (Clark, 2010)

El desarrollo de la implementación de la aplicación de cada cliente está debidamente estructurado mediante paquetes de trabajo y es supervisado a nivel gerencial, lo que permite asegurar que este se lleve a cabo en tiempo y forma de acuerdo a los requerimientos del cliente.

Su operación del modelo se encuentra estructurada de la siguiente forma:

### 3.5.1 Modelo de negocio



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Yelena Casanova

La estrategia de consultoría tiene por objetivo “incrementar la competitividad de la cadena de valor”, a través de la **implementación de SUGAR CRM** en empresas que quieren poseer un sistema de Gestión Comercial mejorando en su área comercial, por medio de un grupo consultor que brinde una atención personalizada y un liderazgo efectivo”.

El cumplimiento de este objetivo es a través del compromiso del personal consultor con el cliente, a través de la vivencia de los valores y un alto sentido de pertenencia con la misión y visión.

En la etapa **de pre diagnóstico**, se identifican las necesidades clave del cliente que impactan los resultados de la parte comercial de la organización.

En la **Etapa de Diagnóstico** se detecta la estrategia a usar para implementar la aplicación en el área comercial y cubrir las necesidades del cliente en su organización.

Por último, mediante la implementación **de la aplicación**, se pone en práctica el concepto de negocio planteado con sus elementos básicos de diferenciación, estrategias, metas específicas a lograr, competencias y procesos organizacionales claves; así como analizar su nivel de eficiencia y ajuste.

### 3.6 Infraestructura Física

#### 3.6.1 Equipos

**CUADRO No. 6**  
**EQUIPOS DE TIC's**

EQUIPOS DE TIC's					
Área/Dptos.	Tipo de Equipo	Características	Cantidad PC's	Precio Unitario	Total
<b>Computadores</b>					
Gerente General	Portátiles		1	900	900
Jefe de Consultores	Portátiles		1	850	850
Consultores	Portátiles		2	800	1600
Contador Externo	PC de Escritorio		1	500	500
Secretaria	PC de Escritorio		1	500	500
<b>TOTAL PC's</b>			6		4350
<b>Impresoras y otros</b>					
Láser Color	Impresoras		1	150	150
Láser B/N	Impresoras		1	106	106
<b>TOTAL</b>					<b>4606</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

## CUADRO No. 7

## HARDWARE

Hardware	Cantidad
Servidor HP ProLiant DL120 G7 i3-2100, 2GB-U, 250 GB, LFF, conexión en frío, SATA B110i RAID, 400 W	1
Lenovo ThinkCentre M81, Core i3, 2GB, 500GB, Win 7 Pro	2
Laptop Intel core 2 Duo T7100 /1.8 GHz 320 Gb / 500 GB	4
Impresora multifuncional HPColor	1
Impresora HP B/N	1

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

## CUADRO No. 8

## SERVIDORES

SERVIDORES			
Equipo	Cantidad	Precio	Total
Servidores			
Servidor HP ProLiant DL120 G7 i3-2100, 2GB-U, 250 GB, LFF, conexión en frío, SATA B110i RAID,	1	1,500	1,500
DVD de respaldo	1	50	50
<b>TOTAL</b>			<b>1,550</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

## 3.6.2 Software

## CUADRO No. 9

## SOFTWARE A UTILIZAR

Software a utilizar			
	Cantidad	Precio	Total
Office Profesional	7	250	1750
Apache			
PHP	3	0	-
MySQL			
SugarCRMOpenSource 4.5.0f	3	0	-
<b>TOTAL</b>			

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

Comunicación	cantidad	Precio
Router cisco 1841	1	106,90
3com Switch3 com 8 puerto	1	120,00
Dominio	1	58,00
Servicio mensual Internet 3 gb	1	40,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

### 3.6.3 Mobiliario

#### CUADRO No. 10

#### MOBILIARIO

Descripción	Cantidad
Counter	1
Mesa para computador	5
Mesa de Reuniones	1
Sillas de escritorio	6
Sillas de Butaca	4
Sillas para Sala de Reuniones	12
Teléfonos	2
Archivador	4
Sumadora	2
Fax	1
Cafetera	1
Pizarra	1

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

### 3.6.4 Ubicación Geográfica

Fácil ubicación para cliente, ya que se encuentra en el centro de la ciudad.

### 3.6.5 Ubicación Física del Lugar

Av. 9 de octubre y Pedro Carbo en el edificio el guardia le indicará el piso y número de oficina luego que pida la identificación.

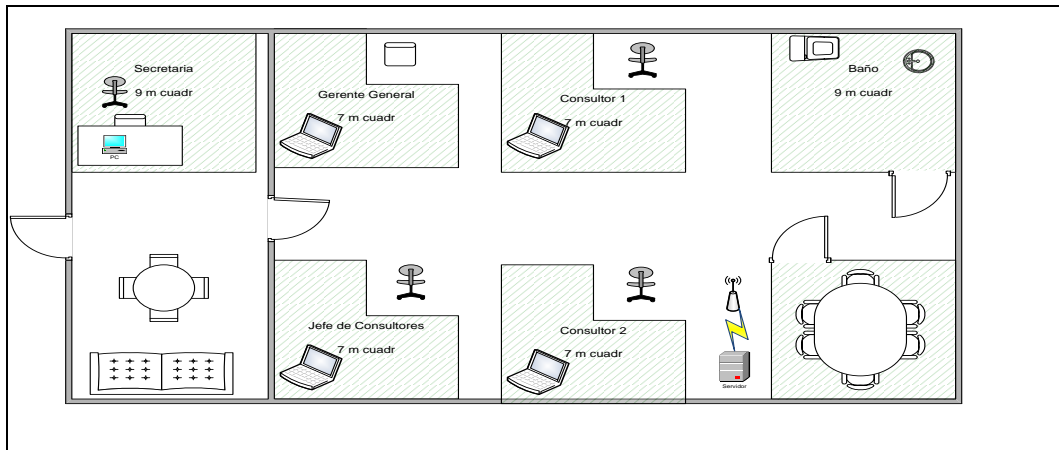
### 3.6.6 Identificación del Sitio

Al llegar a las oficinas deberá tocar el botón del intercomunicador y será atendido por la Secretaria.

### 3.7 Plano de la Oficina

Distribución de las oficinas de CONSULTORA.

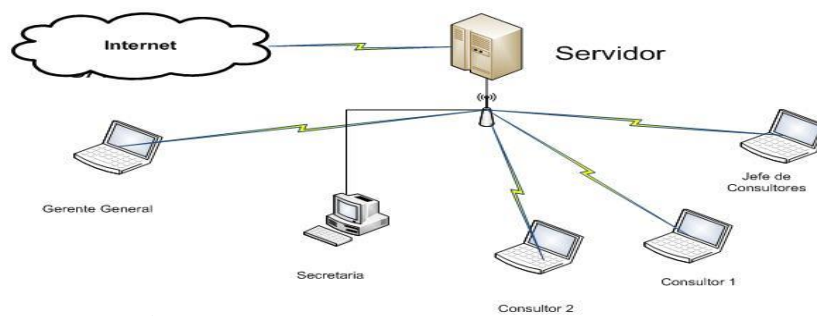
**GRÁFICO No. 10**  
**PLANO DE LA OFICINA**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

### 3.8 Topología de Red

**GRÁFICO No. 11**  
**TOPOLOGÍA DE LA RED**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

## Detalle

Se establecen una red (WAN), la misma que sirve para acceso a los datos y también se tendrá acceso a Internet banda ancha con 2.4 GB que sirve para navegación de la empresa. (García, 1992)

La instalación de un servidor que tenga la funcionalidad de Proxy-firewall, con sistema operativo Windows, el mismo en el que se configurara las políticas de seguridad y también servirá como servidor de requerimiento de Internet.

El equipo el cual tendrá la base de datos en la cual se encontrara la información de los clientes.

La administración del servidor, se lo realizara desde las instalaciones de las oficinas "Consultora SUGAR CRM." y se llegara a este por medio de banda ancha.

Se mantendrá la información de la base de datos respaldada. Se sacara un backup diario dentro de la empresa "Consultora SUGAR CRM".

## 3.9 Amenazas en una empresa

### 3.9.1 Tipos de amenazas

- Caos de entorno (seguridad Física)
- Guardias
- Incendios
- Desastre natural
- Falla eléctricas

- Medias anti sabotaje
- Hardware de protección
- Control de acceso

### **3.9.2 Amenazas del Sistema (seguridad Lógica)**

- Restringir el acceso a los programas y archivos.
- Aplicación de procedimientos solo se permite acceder las personas autorizadas.
- La información recibida sea la misma que ha sido transmitida.
- Disponga de paso alternativo de emergencia para la transmisión de información.

### **3.9.3 Amenaza red (telecomunicación)**

- Las Amenaza sobre las cuentas por otro medios
- La ejecución de código malintencionado. Virus gusanos y troyanos.

### **3.9.4 Amenaza de Personas (seguridad Social)**

- Errores Involuntarios
- Ingeniería Social
- Comunicación inadecuada

### **3.9.5 Nivel de trabajo**

- Confidencialidad.



- Integridad.
- Control de acceso.
- Consistencia.
- Disponibilidad de los recursos.
- Auditoria.

### **1. Confidencialidad**

Consiste en proteger la información contra lectura no autorizada.

### **2. Integridad**

- Causadas por errores de Hardware y Software.
- Causadas de forma accidental
- Utilizamos: Sistema operativo Windows xp
- My SQL 6.0
- PHP
- APACHE.

### **3. Control de acceso a los recursos**

Consiste en controlar quien utiliza el sistema o cualquier de los recursos que ofrece, verificar la entrada y salida del sistema.

### **4. Consistencia**

Asegurar que el sistema siempre se comporte de la mejor de tal manera que los usuarios no encuentren variantes inesperadas.

## **5. Disponibilidad de los recursos y de la información**

La disponibilidad se entiende como la capacidad de un sistema para recuperarse rápidamente en caso de algún problema.

Se debe proteger los servicios de cómputo de manera que se agranden o dejen de estar disponible a los usuarios en forma autorizada.

Mantenimiento periódicamente los equipos.

Respaldo periódicos de la información.

## **6. Auditoria**

Consiste en contar con los mecanismo para poder determinar qué es lo que suceden en el sistema, que hace cada uno de los usuarios el tiempo y la fecha de dicha acciones .La ética es algo primordial en la empresa deben conocer , poseer y aplicar.

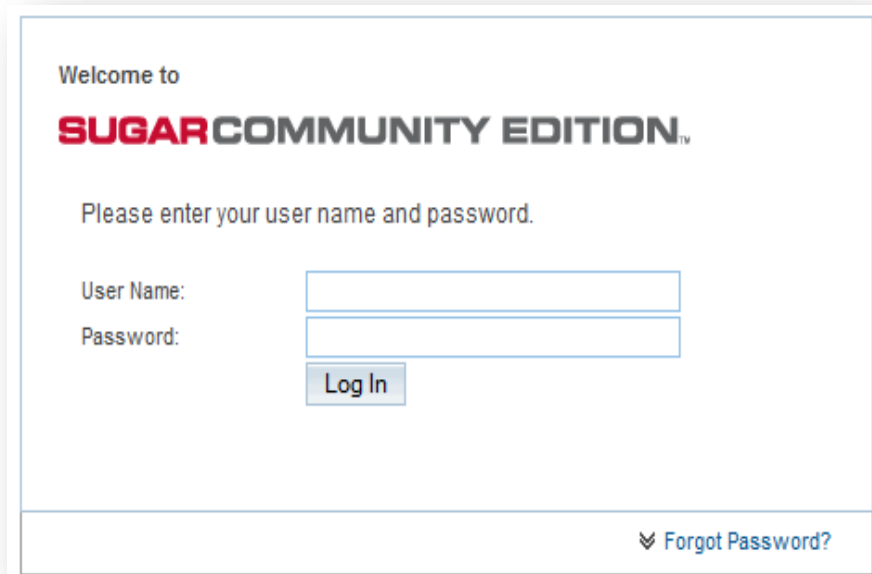
## **7. Sistema**

El sistema administrativo que utilizaremos está diseñado exclusivamente para nuestra empresa en el cual se tendrán registrados los clientes.

A continuación mostramos las primeras ventanas de nuestro sistema.

## GRÁFICO No. 12

### VENTANAS DEL SISTEMA



Welcome to

**SUGAR** COMMUNITY EDITION™

Please enter your user name and password.

User Name:

Password:

[✕ Forgot Password?](#)

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Yelena Casanova

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

#### 4.1 Grupo Empresarial

En este capítulo se analiza a la empresa desde el punto de vista organizacional con sus elementos que la conforman.

La Consultora SUGAR CRM estará conformada por la Anl. Yelena Casanova y profesionales especializados en el área de marketing, para desarrollar la correcta implementación de la aplicación informática en empresas de servicios en atención al cliente.

Quienes trabajaran con herramientas de última generación y con personal altamente calificado solucionando cualquier problema que se presente con nuestro cliente y satisfacer la demanda del mercado. (Hernández, 2007)

La Consultora SUGAR CRM mantendrá una estructura organizacional normal con el Gerente General, Secretaria ejecutiva, Jefe de consultores o jefe de sistemas, contador externo, consultores junior y Recepcionista.

La empresa será constituida como sociedad anónima, integrada por 2 socios que será el Grupo empresarial. La participación de acciones será por partes iguales.

#### **4.1.1 Personal Ejecutivo**

La Consultora SUGAR CRM se constituirá según el régimen de sociedad Anónima emitiendo acciones de igual valor entre todos los socios quienes serán partícipes de todos los ingresos y egresos generados por la empresa.

Esta sociedad estará conformada por dos socios: Yelena Casanova y Katuska Casanova.

Experiencias profesionales y habilidades de cada colaborador como herramientas útiles para la empresa. Las socias tienen habilidades de análisis, diseño, desarrollo, implementación y control de calidad en proyectos de software, además de manejo de relaciones interpersonales, conocimientos financieros y administrativos. Los mismos que han colaborado con su experiencia tanto en empresas comerciales, industriales, financieras y de servicio. Estos conocimientos serán aprovechados para el desarrollo del sitio Web y en la supervisión del negocio para lograr todos los objetivos planteados.

La Consultora SUGAR CRM estará integrada por las siguientes áreas:

#### **4.1.2 Gerente General**

El Gerente general tendrá que planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

El **Gerente General** será responsable directo del nivel de rendimiento de la empresa siguiendo sus estrategias, también deberá encargarse de las áreas de ventas y mercadotecnia.

Actividades Regulares:

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Coordinar con el encargado de Marketing y la secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal y contable entre otros.

#### **4.1.3 Secretaria Ejecutiva**

La secretaria será encargada de recibir y realizar llamadas de la empresa, tomar nota y redactar informe y coordina cita de negocios para

los ejecutivos y el Gerente.

La principal funciones serían: atender el teléfono y anotar los mensajes para que cuando llegue su superior darle el mensaje lo más pronto posibles con el mensaje de la persona que lo llamo, manejar la caja chica, encargarse de coordinar con el chico de mantenimiento los implementos de limpieza e refrigerios, hacer café o mate, hacer resumen de los honorarios, encargarte de los trámites bancarios.

También se encargara de llamar a los clientes y proveedores de la empresa proporcionara la información a los clientes según el reglamento de la empresa.

#### **4.1.4 Jefe de Consultores**

El jefe de Consultores **será el** responsable de capacitación, diseño, rediseño y desarrollo de las consultorías para cada una de la empresa que forman parte de nuestra clientela.

Entre la función principal es la dar las directrices adecuadas a cada uno de los consultores junior para que puedan sacarle el mayor provecho.

La aplicación informática SUGAR CRM en la empresa contratante del servicio dependiendo de las necesidades del cliente y las cuales queden totalmente satisfechas.

#### **4.1.5 Consultores Junior**

El Consultor junior es responsables del desarrollo de las soluciones

de gestión comercial y análisis de los procesos del área comercial de cada compañía en la cual se implementara la aplicación informática SUGAR CRM.

#### **4.1.6 Contador Externo**

El Contador Externo tendrá la Responsabilidad contable de tener a la empresa al día, trabajara de una manera externa pero muy ligada a la empresa.

Su Función principal será realizar las declaraciones de la empresa, y al final del año presentar el estado financiero de la empresa.

#### **4.2 Estructura de la organización**

La junta general estará compuesta por dos socios funciones básicas:

- Definir las metas
- Estrategias de la empresa.
- Análisis de Objetivos.
- Fuentes de financiamientos.
- Herramientas de Control y Desempeño.
- Plan de Capacitación del Personal.

Es muy importante que los socios tengan un conocimiento administrativo y sobre todo que tengan conocimiento de tecnología. Adicionalmente es importante mencionar que durante los cuatro años la



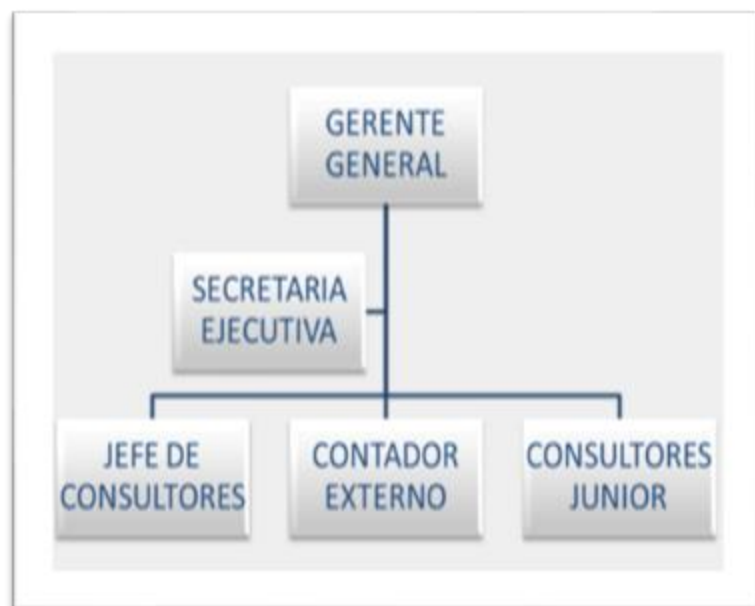
estructura de la empresa se mantendrá y a medida que la empresa gane posición y las actividades internas aumenten, no se descarta la posibilidad de crear nuevos cargos que contribuyen a que la empresa alcance su objetivo trazado. Cabe destacar que cada uno de los departamentos tendrá sus respectivas políticas y la descripción de puestos para su funcionamiento.

Se realizarán reuniones de Personal para revisar el desarrollo de la empresa así como sus presupuestos financieros y la gestión de ventas, asistirán a las reuniones todo el personal.

La Consultora SUGAR CRM mantiene una estructura organizacional pequeña donde se reduce el número de niveles de autoridad y se deposita un alto grado de responsabilidades en la dirección intermedia (mandos intermedios). Actualmente con un grupo de personas cuyas funciones son las siguientes:

### GRÁFICO No. 13

#### ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

El manejo contable lo realizara el contador externo el cual recibirá el pago de sus servicios como honorarios profesionales, lo cual significa que no formara parte de la planilla de remuneración.

**CUADRO No. 11**  
**GERENTE GENERAL**

Nombre del cargo: Gerente General	Código : 010
<b>Descripción del cargo:</b>	
<b>Funciones:</b> Será de conducir el plan estratégico en la empresa, dirige, organiza, controla la marcha administrativa de lo diferente departamento, dirigirá las política de la empresa establecida por los socios y representar legalmente y jurídicamente a la Consultora SUGAR CRM. Desarrollará planes de incentivos de desempeño y productividad de acuerdo con las políticas señaladas. Dirigirá las relaciones laborales conforme a las normas vigentes Planificación de la empresa Dirigir las diferentes áreas que cumplan con los objetivos planeados. Visita a futuros clientes para charla del producto y servicios. Revisar la propuesta técnica y aprobar. Revisar la oferta económica de la empresa y aprobar. Revisar el presupuesto interno.	
<b>Requisitos de conocimientos:</b>	
Estudio superiores en Administración de Empresa. Conocimiento de informática, inglés fluido 100%.	
<b>Habilidades</b>	
Actitud de servicio, toma de decisiones, trabajo bajo presión, orientación a resultados, planeación, responsabilidad	
<b>Requisitos de Formación:</b>	
Ingeniero en Sistema, Ingeniero Comercial. Doctorado en Administración/Maestría en negocio empresarial o carrera a fines.	
<b>Experiencia:</b>	
2 años como Gerente Administrativo o General.	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

**CUADRO No. 12**  
**CONTADOR EXTERNO**

Nombre del cargo: Contador Externo	Código : 020
Descripción del cargo: Desempeña y ejerce la funciones específicas:	
<p><b>Funciones:</b></p> <p>Para aquellos que están mal, tienden a pensar que la única función de esta posición es que de la cabeza de las cuentas por pagar y cuentas por cobrar, sino que va mucho más allá de esa capacidad. De hecho, el Contador se encarga de sugerirle al gerente general las formas de financiación y la función de tener al día a la empresa en el pago de impuestos.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Coordinar, supervisar y evaluar la ejecución de las labores financieras, contables y presupuestarias de los recursos financieros.</li> <li>2. Coordinar y supervisar la formulación de los presupuestos ordinarios, extraordinarios; de recursos asignados.</li> <li>3. Garantizar la eficiencia del sistema de información contable y presupuestaria de los recursos financieros internos y externos, mediante la formulación y puesta en práctica de métodos, procedimientos y técnicas de registro de probada eficiencia.</li> <li>4. Velar por el cumplimiento de la Ley de Administración Financiera de la República y las normas de ejecución establecidos por los organismos controladores nacionales e internacionales en los aspectos financieros, contables y presupuestarios.</li> <li>5. Verificar que el uso de los fondos sea correcto y oportuno de conformidad con las directrices, normas e instrucciones establecidas por la Contraloría General de la República</li> <li>6. Asesorar en la ejecución de las labores financiero-contable y presupuestaria de todas las Direcciones que cuenten con recursos internos y externos y la legislación que los rija.</li> <li>7. Velar por el uso oportuno y adecuado de las cajas chicas de recursos financieros internos y externos, mediante registros y procedimientos eficaces, de acuerdo con la legislación vigente.</li> <li>8. Realizar las gestiones de reembolso y desembolso de fondos ante los organismos financieros correspondientes.</li> </ol>	

9. Registrar, controlar y ejecutar, las transacciones que se deriven de la aplicación de los recursos de financiamiento externo y de renta de factores productivos financieros.
10. Preparar los flujos de caja.
11. Preparar informes sobre estados financieros de la inversión.
12. Velar por la correcta custodia de los valores y dineros de la institución o de terceros que se encuentran bajo la responsabilidad del departamento.
13. Efectuar la presentación correcta y oportuna de los documentos de pagos que se tramitan ante el Ministerio.
14. Informar a los Directores encargados de los diferentes programas de la ejecución contable y presupuestaria de los fondos que tienen a su cargo.
15. Brindar asistencia técnica en materia financiero presupuestaria al Gerente General, con el propósito de asegurar una aplicación eficaz de los recursos financieros.

**Requisitos de conocimientos:**

Aplicar técnica contables, fiscales y financieras para los diferentes problemas de esta área. Información matemática psicológica para solucionar problema financiero.

**Habilidades:**

Conducir y participar en grupos multidisciplinarios para fundamentar toma de decisiones y asesorar en materias contable, fiscal y financiera operar sistema de cómputo y comunicación para el proceso de la información financiera y mantenerse al día con la información.

**Requisitos de Formación:**

Contador Público y Auditor.

Estudios complementarios: Computación, finanzas, contabilidad.

**Experiencia:**

2 años de experiencias contables, leyes tributarias como mínimo en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

**CUADRO No. 13**  
**SECRETARIA EJECUTIVA**

<b>Nombre del cargo: Secretaria Ejecutiva</b>	<b>Código : 030</b>
<b>Descripción del cargo:</b>	
<b>Funciones:</b>	
<p>Colaborar con el Gerente General en el área administrativa, es la encargada de la documentación de la empresa y de la atención del público, efectuando esto durante la jornada de trabajo.</p> <p>Tomar notas o apuntes de las indicaciones que le entregue su superior.</p> <p>Confeccionar cartas, certificados y otros documentos.</p> <p>Recibir la documentación que llega a la empresa.</p> <p>Atender al público, en forma personal o vía telefónica (Fono-Fax).</p> <p>Contactar a cliente y proveedores.</p>	
<b>Requisitos de conocimientos:</b>	
Estudios complementarios: Computación y administración.	
<b>Habilidades:</b>	
<p>Saber organizar y planificar todo tipo de actos de empresa. Saber trabajar en equipo y Conocer la importancia de su papel. Ser una persona proactiva y Perfecto dominio de las técnicas de atención telefónica y servicio al cliente. Debe tener capacidad para planear sus actividades, acompañado de habilidades en cálculos numéricos, un buen lenguaje y un desenvolvimiento adecuado a su cargo.</p>	
<b>Requisitos de Formación:</b>	
<p>Idioma: Inglés. 75%, Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.</p> <p>Títulos: Secretariado Ejecutivo Bilingüe o Secretariado Gerencial.</p>	
<b>Experiencia:</b>	
1 año de experiencia como mínimo en cargos similares.	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

**CUADRO No. 14**  
**JEFE DE CONSULTORES**

<b>Nombre del cargo: Jefe de Consultores</b>	<b>Código : 040</b>
<b>Descripción del cargo: Desempeñara y ejercerá las siguiente fundones:</b>	
<b>Funciones:</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- La implementación de la aplicación informática en la empresa contratante.</li> <li>2.- Visita a futuros clientes para charla del producto.</li> <li>3.-Asesoría y capacitación a los diferentes departamentos de la empresa.</li> <li>4.-Evaluación y adquisición de software y paquetería.</li> <li>5.-Administración y mantenimiento de PC, Redes y equipo</li> <li>6.- Revisión periódica de las necesidades de información.</li> <li>7.- Contratación de servicios y asesorías externas.</li> <li>8.- Conocimiento de sistemas de información y sus aplicaciones según necesidades.</li> <li>9.- Control de compras de todo lo relacionado con equipo, software y accesorios computacionales.</li> <li>10.- Implementación y administración de los servicios de Internet</li> <li>11.-Implementar un sistema de seguridad para accesos (Firewall).</li> <li>12.- Capacitación a los clientes que adquieran nuestros Servicios.</li> <li>13.- Conocimientos generales de Marketing para la correcta aplicación de la aplicación informática en campañas de marketing si se diera el caso.</li> </ol>	
<b>Requisitos de conocimientos:</b>	
Conocimiento sobre sistema y redes 100% control de calidad planificación estratégica.	
<b>Habilidades:</b>	
Conseguir la colaboración del equipo, prudencia a la hora de los cambios autocontrol saber adaptarse a los cambios saber motivar saber gestionar los conflictos ser innovador.	
<b>Requisitos de Formación:</b>	
Título de licenciado en sistemas de información. Maestría en tecnología o en negocios.	
<b>Experiencia:</b>	
2 años administración de redes y sistemas.	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Yelena Casanova

**CUADRO No. 15**  
**CONSULTORES**

<b>Nombre del cargo: Consultores</b>	<b>Código : 050</b>
<b>Descripción del cargo: Desempeñara y ejercerá las siguiente fundones:</b>	
<b>Funciones:</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Colaborar en la implementación de la aplicación informática en la empresa contratante.</li> <li>2.- Visita a futuros clientes para charla del producto.</li> <li>3.- Capacitar a los diferentes departamentos de la empresa.</li> <li>4.- Mantenimiento de PC, Redes y equipo</li> <li>6.- Revisión periódica de las necesidades de información.</li> <li>7.- Evaluar la necesidad de solicitar la Contratación de servicios y asesorías externas.</li> <li>8.- Conocimiento de sistemas de información y sus aplicaciones según necesidades.</li> <li>9.- Control de compras de todo lo relacionado con equipo, software y accesorios computacionales.</li> <li>10.- Implementación de los servicios de Internet.</li> <li>11.- Implementar un sistema de seguridad para accesos (Fire wall).</li> <li>12.- Capacitación a los clientes que adquieran nuestros Servicios.</li> </ol>	
<b>Requisitos de conocimientos:</b>	
Conocimiento sobre sistema y redes 100% control de calidad planificación estratégica.	
<b>Habilidades</b>	
Conseguir la colaboración del equipo, prudencia a la hora de los cambios autocontrol saber adaptarse a los cambios saber motivar saber gestionar los conflictos ser innovador.	
<b>Requisitos de Formación:</b>	
Título de licenciado en sistemas de información. Maestría en tecnología o en negocios.	
<b>Experiencia:</b>	
2 años administración de redes y sistemas.	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

### **4.3 Plan de Control de Calidad**

El objetivo de la Consultora es brindar el servicio de implementación de SUGAR CRM en compañías que quieren poseer un sistema de Gestión Comercial para mejorar en su área comercial, es necesario, que tenga un control de calidad. (Ponsati, 2005)

- Revisar cada vez que se atienda a un cliente sus necesidades para saber si le atendimos a resolver sus necesidades.
- Hacer las pruebas necesarias para que el cliente pueda aprovechar bien la aplicación informática.
- Se realizara una llamada mensual a nuestros clientes para conocer sus novedades.
- Dar sugerencias para que sea más fácil la implementación de la aplicación.

### **4.4 Plan de Capacitación de la Organización**

Todo el personal deberá estar en el plan de capacitación anual, donde se definen las fechas de entrenamiento para mejorar el rendimiento y especializaciones de las personas en sus diferentes áreas.

Las capacitaciones son pagadas en su totalidad por la empresa.

Si el empleado no pasara el entrenamiento, la empresa lo agregara a su historial laboral para futuras revisiones. Cuando el costo de la capacitación supere 10 mínimos vitales, el empleado si renuncia antes de los 6 meses, deberá pagar 1/6 por cada mes que falta para cumplir con el periodo mínimo laboral. No aplicar si el caso es que la empresa rescinde del contrato.



## CAPÍTULO V

### ASPECTOS LEGAL Y SOCIAL DE LA EMPRESA

#### 5.1.1 Requerimientos y pasos para constituir una empresa

CONSULTORA SUGAR CRM, se constituirá en la ciudad Guayaquil según régimen de sociedad anónima. (Salesiana, 2010)

Esta sociedad está conformada por dos socios:

- Yelena Casanova Gilces.
- Katuska Casanova Gilces.

El procedimiento a seguir para constituir la compañía como sociedad anónima son los siguientes:

- 1.- Se contrata un abogado que realizara el trámite de constitución de la compañía.
- 2.- Presentar una carta con la lista de por lo menos 5 alternativas para nombre de la compañía. La superintendencia de compañías aprobará aquellos que no consten como registrada antes. Para la elección del nombre de la empresa nos acogemos a lo decretado en la ley de Propiedad Intelectual. Una vez que la superintendencia aprueba el nombre se inicia el trámite de constitución de la compañía.
- 3.- Presentar inventarios de activos y lista de socios.

- 4.- Presentar Escritura Pública legalmente notariada con los estatutos de la compañía.
- 5.- Abrir en un banco una cuenta de consolidación de capital con \$800 dólares.
- 6.- Esperar la resolución de la Superintendencia de Compañía.
- 7.- Si la constitución de la compañía es aprobada, la Superintendencia emite una resolución.
- 8.- Publicar por una sola vez en un diario de gran circulación el extracto del documento anteriormente mencionado.
- 9.- Afiliar la compañía a una de las cámaras ya sea pequeña industria, comercio o producción. En el caso de la empresa correspondería registrarla en la cámara de comercio.
- 10.- Inscribir en el registro de la propiedad los nombramientos de Presidente y Gerente.
- 11.- La documentación de los Trámites realizados, inclusive el recorte del periódico como constancia de la publicación, son entregados a la Superintendencia para que la gestión siga su curso.
- 12.- Luego de trámites internos de aprobaciones. La Superintendencia da la autorización para obtener el RUC.
- 13.- Una vez obtenido el Ruc enviar copia a una imprenta del mismo para que procedan a la elaboración de facturas.
- 14.- Registrar la empresa en el Instituto ecuatoriano de Seguridad Social para obtener el código patronal.

15.- Inscribir los contratos de sus empleados en el ministerio de Trabajo.

16.- Ser inspeccionado por el Municipio para obtención del permiso.

17.- Obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos.

18.- Obtener una tasa de Habilitación y una patente comercial del municipio.

**Por último para el registro Único de Contribuyentes se lleva la siguiente documentación:**

1.- Original y copia de la escritura de la constitución o en su defecto copia notariada.

2.- Original y copia del Nombramiento del representante Legal de la Compañía.

3.- Copia de cedula y certificados de Votación del Representante legal.

4.- Formularios 01A y 01B debidamente firmado por el representante legal.

5.- Original y copia de plantilla de agua, luz o teléfono, la cual deberá estar a nombre de uno de los accionistas, a nombre de la compañía, de no tener estos documentos deberá adjuntar el contrato de arrendamiento debidamente inscrito en la Corte de Justicia.

6.- De realizar el trámite una tercera persona, esta deberá adjuntar una carta de autorización por parte del Gerente general de la Compañía, así como también copia de cedula de identidad y certificado de votación.

**Para sacar una cuenta Corriente**

- Copia de escritura de la compañía.
- Nombramientos.

- Lista de accionistas.
- Certificado de no adeudar a la Superintendencia de compañías.
- Certificado de Votación de las firmas autorizadas.
- Copia de Ruc
- Depósito inicial de 1000 dólares americanos.

### **5.1.2 Pago de Impuestos**

Conforme lo dispone la ley de constitutiva, pagaremos los impuestos que el Servicio de Renta Interna determine por recaudación y control de los tributos internos del Estado y de aquellos cuya administración no esté expresamente asignada por la Ley a otra autoridad.

- Impuesto a la Renta (IR)
- Impuesto al Valor Agregado (IVA)

No evadiremos ningún tipo de impuesto por lo que estaremos aportando con el estado en los proyectos de que se generen a partir de la recaudación del mismo, por consiguiente colaboraremos en el desarrollo de la nación.

#### **Tarifa del Impuesto a la Renta**

Las sociedades calcularán el impuesto causado aplicando la tarifa del 15% sobre el valor de las utilidades que reinviertan en el país y la tarifa del 25% sobre el resto de utilidades.

## **Declaración del impuesto del IVA**

De acuerdo a la naturaleza del negocio, estamos obligados a prestar servicios grabados con tarifa 12% del impuesto al valor agregado; además de las compras que se efectúen tendrán su correspondiente retención en la fuente del impuesto al valor agregado; por lo que se presentará una declaración mensual de la operaciones grabadas con este tributo, realizadas en el mes inmediato anterior y a liquidar y pagar el impuesto al valor agregado causado, en la forma y dentro del plazo que establece el Reglamento.

### **5.1.3 Implicaciones Tributarias, Comerciales y laborales**

#### **Implicaciones Tributarias**

- La compañía tiene que declarar al SRI el impuesto a la renta anual, IVA mensual y las tasas de ley exigidas por la superintendencia de compañías.
- Llevar la contabilidad, pues, en base a los balances se pagan las retenciones en la fuente de IVA, servicios profesionales de los asesores, impuesto a la renta y el IVA generado sobre las ventas efectuadas.
- La declaración de los impuestos al SRI se realizará de acuerdo a los señalados en el calendario de fechas de declaración de dicha institución.
- Mensualmente se tiene que realizar los aportes al IESS en un 11,15 % como aporte patronal y 9,35 % como aporte personal. Previamente obtendremos un número patronal para poder realizar trámites relacionados con esta entidad.

- La empresa está en la obligación de realizar aviso de entrada y salida, aviso de enfermedad y aviso de accidente de trabajo a todos sus empleados.
- La facturación se realizará utilizando los documentos emitidos por una de las imprentas autorizadas por el SRI.
- Los estados financieros son presentados a la Superintendencia de compañías.

### **Implicaciones Laborales**

- **Número Patronal:** En calidad de empleador la organización deberá inscribirse en el registro patronal del IESS. El número patronal asignado nos servirá de identificación en el IESS, para efectos del cumplimiento con las obligaciones. Este número patronal será utilizado en todos los documentos y formularios que presentemos a este instituto.
- **Aviso de entrada:** Cuando un trabajador ingrese a prestar servicios dentro de la empresa, proporcionaremos el respectivo aviso de entrada al IESS, que es el modo de dar cumplimiento a la exigencia de afiliación de que habla la constitución y la Ley.
- **Aviso de Salida:** Del mismo modo, se dará aviso al IESS de la fecha en que el trabajador se separare de la empresa.

### **Implicaciones Comerciales**

- **Obligación de expedir comprobantes de retención a los trabajadores que laboran en relación de dependencia:** Los agentes de retención entregaran a sus trabajadores un comprobante en el que se haga

constar los ingresos totales percibidos por el trabajador, así como el valor del impuesto a la renta retenido.

- **Comprobantes de retención por negociaciones:** El comprobante de retención será impreso o emitido mediante sistemas de cómputo, previa autorización del Servicio de Rentas Internas y cumplirá con los requisitos establecidos en el reglamento de comprobantes de venta y retención.
- **Plazos para declarar y pagar:** Presentaremos la declaración de los valores retenidos y se los pagará en el siguiente mes, hasta las fechas indicadas por el SRI, atendiendo al noveno dígito del número del Registro Único de contribuyentes RUC.
- **Tarifa del Impuesto a la Renta:** Las sociedades calcularán el impuesto causado aplicando la tarifa del 15 % sobre el valor de las utilidades que reinviertan en el país y la tarifa del 25% sobre el resto de utilidades. Deberán efectuar el aumento de capital por lo menos por el valor de las utilidades reinvertidas perfeccionándolo con la inscripción en el respectivo Registro Mercantil hasta el 31 de diciembre del ejercicio impositivo posterior a aquel en el que se generaron las utilidades materia de reinversión. De no cumplirse con esta condición la sociedad deberá proceder a presentar la declaración sustitutiva en la que constará la respectiva reliquidación del impuesto, sin perjuicio de su facultad determinadora. Si en lo posterior la sociedad redujere el capital, se procederá a reliquidar el impuesto correspondiente.

### **Obligaciones Tributarias**

- **Pago de contribuciones a la Superintendencia de Compañías:** La compañía estará sujeta a vigilancia y control por parte de la Superintendencia de Compañías y deberá realizar contribuciones que serán fijadas anualmente, en base a los activos reales de la Compañía.

- **Registro Único de Contribuyentes:** Obligatoriamente se debe inscribir en el Registro Único de Contribuyentes como persona Jurídica, pues estaremos realizando actividades económicas en el país. Para obtener el RUC, se debe presentar una solicitud en la delegación regional del Servicio de Rentas Internas Correspondiente al domicilio fiscal como contribuyente.

### **Obligaciones Comerciales:**

- **Liquidación del IVA:** Se procederá a la liquidación mensual del IVA aplicando las tarifas del 12 % y el 0% sobre el valor total de las ventas o prestación de servicios, según corresponda.
- **Retenciones a la Fuente:** Como agentes de retención del impuesto a la renta, somos una sociedad obligada a llevar contabilidad y además realizaremos pagos y acreditaremos cuenta valores que constituyen ingresos grabados para quien los perciba. La retención se realizará presentando el correspondiente comprobante de venta. Nosotros deberemos depositar los valores retenidos en una entidad

## **5.2 Aspectos legales**

CONSULTORA SUGAR CRM obedece a un tipo compañía "sociedad anónima". Previo la aprobación del nombre por parte de la Superintendencia de Compañía. La actividad principal en desarrollar la empresa, es la consultoría e implementación de la aplicación informática SUGAR CRM para escuelas u oficinas., regida por la ley de compañías, por el código de comercio por los convenios de las partes y por el código civil.



Según el Art. 143 de la ley de Compañías, la Compañía Anónima es una sociedad cuyo capital. Dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

**El capital social es de \$800.00** y se debe realizar aportes iguales al momento de su constitución.

El capital se divide en acciones ordinarias, nominativas e indivisibles.

Debe estar integrado como mínimo por dos accionistas.

El capital autorizado no debe excederse del doble del capital suscrito.

### **5.2.1 Aspectos legales del empleado**

- 1.- El sueldo se lo hará a través de depósito en su cuenta de cada empleado.
- 2.- En caso que un empleado falte sin justificación a un día laborable, será descontado de su sueldo.
- 3.- El sueldo se pagará a los empleados en la quincena 40% y el resto el fin de mes.
- 4.- El sueldo será de acuerdo a la actividad que realice.
- 5.- Se pagara hora extra al personal que trabaje fuera de horario de trabajo.
- 6.- Se pagara al empleado durante sus vacaciones anuales.

7.- Serán pagados los días de enfermedad de un empleado.

8.- Serán pagado todos los beneficios de ley como establece el código del trabajador.

9.- Se descontara al empleado de su sueldo el 9.35% para aporta al IESS, 1% al IECE.

### **5.2.2 Aspectos legales del Cliente**

Todos los contratos con los clientes serán realizados con cláusulas establecidas por la empresa.

### **5.3 Aspectos de Legislación**

#### **Trámites y permisos ante los organismos, del gobierno y seccionales.**

Para el correcto funcionamiento de nuestra compañía deberemos tener los siguientes permisos:

- Permiso Municipal de Funcionamiento.
- Permisos de Salud.
- Certificado de Seguridad de Bomberos.
- Permiso a la Cámara de Turismo.
- Patente Comercial.
- Contrato de Arrendamiento.

### **5.4 Aspectos de Legislación Urbana**

Trámites Municipales para la legalización de negocios en el Municipio se requiere lo siguiente:

## **Patente de Comercio**

Las personas jurídicas presentaran los siguientes requisitos:

- a. Formulario "Solicitud para Registro de Personas Jurídicas".
- b. Copia legible de los estados financieros del periodo contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Banco según el caso.
- c. Copia legible de la cédula de identidad y nombramiento actualizado del representante legal.
- d. Copia legible del R.U.C actualizado.
- e. Original y copia de Certificado de Seguridad (Otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Si es más de un local presentar por cada uno de los locales.
- f. Copia de la escritura de constitución (por primera vez).
- g. Copia del comprobante de pago de la Tasa Anual de Turismo (para establecimientos que desarrollan actividad turística).

## **Pasos del trámite**

1.- Solicitar el Formulario "Solicitud para Registro de Patentes Personas Jurídicas" en la ventanilla única Municipal (Cámara de Comercio) o en ventanilla de patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noreste 2). El valor de la tasa de trámite.

Para el pago de patente se incluirá en el comprobante de Pago de la

2.- Liquidación de dicho Impuesto.

3.- Llenar la solicitud en letra imprenta o máquina.

4.- Adjuntar los requisitos indicados a la solicitud y entregar en la ventanilla única Municipal (Cámara de Comercio), o en las ventanillas de

Patente o 1.5 por mil de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noreste 2), donde se indicara el monto de la liquidación correspondiente.

**NOTA:** No se aceptará documentación incompleta o ilegible, ni declaraciones enmendadas.

5.- Cancelar en la Ventanilla única Municipal (Cámara de Comercio), o en las ventanillas de recaudaciones de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noreste 1), el valor de la liquidación.

## **5.5 Derechos del Consumidor**

Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República del Ecuador, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil.

Derechos a la protección de los bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a, los servicios básicos.

Derechos a que proveedores públicos y privados oferten bienes y/o servicios competitivos, de óptima calidad, elegirlos con libertad.

Derechos a recibir servicios básicos de óptima calidad.

Derechos a la información adecuada, veraz, clara oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar.

## **5.6 Análisis Social**

La empresa dará empleo a todas las personas que demuestren debidos conocimientos en los diferentes departamentos que se requiera una vacante. Durante los dos años la empresa trabajará con el personal que cumpla la meta propuesta por la empresa. Si las actividades de la empresa aumentan se requerirá de personal netamente calificado para cumplir los objetivos y se reconocerá todos los beneficios de ley de cada una de los trabajadores con sus respectivos aportes al IESS, según estipula las leyes laborales en el Ecuador.

## **5.7 Análisis Ambiental**

Por el impacto que puede tener la empresa “Consultora SUGAR CRM” es nulo por que trabaja en el ambiente tecnología.

Las instalaciones de la empresa disponen de todas las comodidades para brindarle un ambiente adecuado a la protección física y mental de los trabajadores.

## **5.8 Análisis Ecológico**

Consultora SUGAR CRM el impacto que pueda tener sobre el medio ecológico, es nulo ya que la empresa trabaja en el ambiente de la tecnología, se reciclaran todas las cosas que estén a nuestro alcance.

## CAPÍTULO VI

### ANÁLISIS ECONÓMICO

#### 6.1 Inversión en activos

En la presente se detalla los valores a que los que se debe incurrir para los trámites de la creación de la empresa entre los cuales constan equipos, mobiliarios y capital de trabajo que será parte de la empresa. (Barajas, 2008)

CONSULTORA SUGAR CRM debe invertir en los siguientes activos:

1. Equipos de oficina.
2. Muebles de oficinas.
3. Enseres para la oficina.
4. Hardware.
5. Software.
6. Redes e Internet.
7. Instalaciones Eléctricas.

## 6.1.1 Activos Fijos

## CUADRO No. 16

## ACTIVOS FIJOS

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Detalle	Cantidad	Unitario	Total
Servidor HP ProLiant DL120 G7 i3-2100, 2GB-U,250 GB,L	1	1.500,00	\$ 1.500,00
Lenovo ThinkCentre M81, Core i3, 2GB, 500GB	1	500,00	\$ 500,00
Portatil con disco duro de 500 Gb -Toshiba - gerente	1	900,00	\$ 900,00
Portatil con disco duro de 500 Gb - Hewlett Packard	1	850,00	\$ 850,00
Portatil con disco duro de 320 Gb - Consultores	2	800,00	\$ 1.600,00
Impresoras multifuncional laser color	1	150,00	\$ 150,00
Impresoras blanco/negro	1	106,00	\$ 106,00
UPS 600 va	3	60,00	\$ 180,00
Router cisco 1841	1	106,90	\$ 106,90
DVD de respaldo	1	50,00	\$ 50,00
Modem (switch)	1	120,00	\$ 120,00
Total de Equipo de Computación			\$ 6.062,90

Instalaciones eléctrica y datos	1	\$ 900,00	\$ 900,00
---------------------------------	---	-----------	-----------

MUEBLES Y ENSERES			
Detalle	Cantidad	Unitario	Total
Escritorio de Gerente	1	170,00	170,00
Mesa para computador	3	70,00	210,00
Mesa de Reunión	1	100,00	100,00
Counter	1	120,00	120,00
Silla Gerencia	1	65,00	65,00
Silla Butaca de espera	4	20,00	80,00
Silla giratoria	4	50,00	200,00
Sillas para mesa de reunión	12	15,00	180,00
Tacho basura	4	4,50	18,00
Archivador de documento	1	120,00	120,00
Dispensadores de agua	1	75,00	\$ 75,00
Total de Muebles y Enseres			\$ 1.338,00

EQUIPO DE OFICINA			
Detalle	Cantidad	Unitario	Total
Fax	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Pizarra	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Cafetera	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Sumadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Teléfonos	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Acondicionador de aire 36btu	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Total de Equipo de Oficina			\$ 670,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

### 6.1.2 Inversión Software

Los costos de las Licencias de los Software que utilizaremos en los equipos de computación están incluidos en la adquisición de los equipos de computación.

#### CUADRO No. 17

#### SOFTWARE

SOFTWARE LIBRE			
Detalle	Cantidad	Unitario	Total
Sistema Operativo Windows xp	5	0,00	\$ 0,00
Mysql 6.0	4	0,00	\$ 0,00
Apache Mail- web	4	0,00	\$ 0,00
Antivirus Avant	5	0,00	\$ 0,00
Office Profesional	5	250,00	\$ 1.250,00
<b>Total de Inversion de activos intangible</b>			<b>\$ 1.250,00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

### 6.2 Gastos de Arranque e Investigación y Desarrollo

Los gastos de arranques se van a incluir en el alquiler del local, decoración y todos los gastos que necesita la empresa para funcionar en determinado lugar.

Cableado incluye a todos los departamentos de la empresa que estén conectado a la red interna.

El arriendo se incluye un mes y dos meses de depósito.

Adecuación de Local incluye el modelo de cada departamento y la pintura para el local. De la decoración se encargara una persona, que acondicionara cada departamento según cargo y funcionalidad del usuario.



La inscripción de la superintendencia de compañía es gratuita, pero se genera una cuenta de integración de capital con un valor \$800,00 dólares que se deposita en un banco de la localidad, después será devuelto a cuenta, en un plazo de dos meses. Para la afiliación a la cámara de comercio se cancela \$65,00 + \$142,50 cada tres meses del capital suscrito entre (20,000 - 40,000) por cada una de los cuatro trimestres y así gozar de los beneficios.

El número patronal es gratuito según información del departamento histórico laboral del IESS. El permiso de los bomberos está compuesto de la siguiente manera \$32,00 el permiso + \$18,00 el extintor de 10 libra es igual a \$50,00. El permiso del municipio consta de los siguiente \$40,00 + \$15,00 de patente + \$2,00 por uso de suelo es igual a \$57,00 anual.

**CUADRO No. 18**  
**GASTOS DE ARRANQUE**

<b>GASTOS DE ARRANQUE</b>			
DETALLE	Cant	pvp	TOTAL
Numero patronal	1	\$ 0,00	\$ 0,00
Permiso de funcionamiento del Municipio	1	\$ 57,00	\$ 57,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Permiso del Ministerio de salud	1	\$ 23,00	\$ 23,00
SRI	1	\$ 0,00	\$ 0,00
Adecuacion de oficina	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Arriendo anticipado de dos meses, mas uno de deposito	3	\$ 300,00	\$ 900,00
Gastos de mano obra inicial	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Diseño de la pagina Web	1	\$ 350,00	\$ 350,00
<b>TOTAL DE GASTOS DE ARRANQUE</b>			<b>\$ 1.980,00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

**CUADRO No. 19**  
**GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

<b>Gastos de constitución</b>	
Inscripcion a la superintendencia de cias.	0,00
Registro Mercantil	\$ 250,00
Honorarios del abogado	\$ 300,00
Nombramiento del propietario	\$ 30,00
Notario	\$ 70,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 650,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

### 6.3 Capital de Trabajo

**CUADRO No. 20**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>							
Descripción	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2011
Agua	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	90,00
Luz	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	270,00
Telefono Fijo y Moviles	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	180,00
Internet	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	162,00
Dominio, Hosting	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	348,00
Útiles de oficina	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	120,00
Publicidad	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	300,00
Arriendo	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	1.800,00
<b>TOTALES</b>	<b>545,00</b>	<b>545,00</b>	<b>545,00</b>	<b>545,00</b>	<b>545,00</b>	<b>545,00</b>	<b>3.270,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

Dentro del capital de trabajo tenemos lo siguientes:

- ❖ Alquiler de oficina
- ❖ Luz, Agua, Teléfono
- ❖ Publicidad
- ❖ Internet
- ❖ Útiles de oficina

## 6.4 Presupuesto de Gastos

**CUADRO No. 21  
PRESUPUESTO DE GASTOS OPERATIVOS**

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERATIVOS 2012													
Servicios	MESES												TOTAL 2012
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Electricidad	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 540,00
Agua	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Teléfono	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Alquiler	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Dominio Hosting	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 696,00
Internet	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 324,00
Útiles de Oficina	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Publicidad	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Interés bancario mensual	\$ 157,67	\$ 154,38	\$ 151,04	\$ 147,65	\$ 144,20	\$ 140,70	\$ 137,15	\$ 133,54	\$ 129,87	\$ 126,15	\$ 122,36	\$ 118,52	\$ 1.663,23
Prestaciones mensuales	\$ 706,317	\$ 706,317	\$ 706,317	\$ 706,317	\$ 706,317	\$ 706,317	\$ 706,317	\$ 706,317	\$ 706,317	\$ 706,317	\$ 706,317	\$ 706,317	\$ 8.475,81
Ministerio de Salud		\$ 23,00											\$ 23,00
Cuerpo de Bomberos		\$ 50,00											\$ 50,00
Permiso Municipal		\$ 57,00											\$ 57,00
Presupuesto de sueldos	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	\$ 28.740,00
<b>Total Costos Operación</b>	<b>\$ 3.803,98</b>	<b>\$ 3.930,70</b>	<b>\$ 3.797,36</b>	<b>\$ 3.793,97</b>	<b>\$ 3.790,52</b>	<b>\$ 3.787,02</b>	<b>\$ 3.783,47</b>	<b>\$ 3.779,86</b>	<b>\$ 3.776,19</b>	<b>\$ 3.772,46</b>	<b>\$ 3.768,68</b>	<b>\$ 3.764,84</b>	<b>\$ 45.549,04</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

## 6.5 Presupuesto de Ingreso

Este presupuesto parte del supuesto de 5 implementaciones de SUGAR CRM. El precio de la consultoría es de \$7000 asumiendo el análisis del negocio para mejorar el sistema de Gestión de Servicio al cliente de esta manera, aprovechar las ventajas de implementar el SUGAR CRM.

Para el presupuesto se asume un costo de \$10200, el cual hemos

repartido de la siguiente manera: El 1er mes, en la firma del contrato el 30%; del 2do. mes al 4to mes, el 50%; en el 5to mes el saldo que es del 20% del precio. En el tercer año añadimos un contrato más de consultoría estamos asumiendo que cada implementación será con un lapso de 2 meses de iniciada la anterior, 5 consultorías, 5 capacitaciones y 5 contrato de soporte técnico.

Desglosados de la siguientes forma.

**CUADRO No. 22**  
**PRESUPUESTO DE INGRESO ANUAL**

<b>Presupuesto de Ingresos/Anual</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Contrato Servicio de Consultoría</b>	42.000	44.940	48.086	51.452	55.053
<b>Contrato de Soporte Técnico</b>	6.000	6.420	6.869	7.350	7.865
<b>Capacitación de Manejo de CRM</b>	10.000	10.700	11.449	12.250	13.108
<b>TOTAL</b>	<b>58.000</b>	<b>62.060</b>	<b>66.404</b>	<b>71.052</b>	<b>76.026</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

**CUADRO No. 23**  
**PRODUCTOS**

<b>PRODUCTOS</b>	
<b>Contrato Consultoría</b>	\$ 7.000,00
<b>Contrato Soporte Técnico</b>	\$ 1.200,00
<b>Capacitación Manejo de CRM</b>	\$ 2.000,00
<b>Contratos:</b>	
<b>Anticipo</b>	30%
<b>Durante el proyecto</b>	50%
<b>Entrega - recepción</b>	20%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

### 6.5.1 Presupuesto Ingreso Ventas mensuales

#### CUADRO No. 24 PRESUPUESTO INGRESO DE VENTAS MENSUALES

A continuación presentamos una tabla de ingresos de ventas por cada mes del año 2012.

Producto	Meses/2012												TOTAL	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		12
Contrato Servicio de Consultoría	2.100	1.167	1.167	1.167	1.167	1.400								7.000
				2.100	1.167	1.167	1.167	1.400						7.000
						2.100	1.167	1.167	1.167	1.400				7.000
							2.100	1.167	1.167	1.167	1.400			7.000
								2.100	1.167	1.167	1.167	1.400		7.000
									2.100	1.167	1.167	1.167	1.400	7.000
<b>SubTotal Consultoria</b>	<b>2.100</b>	<b>1.167</b>	<b>3.267</b>	<b>2.333</b>	<b>4.667</b>	<b>4.433</b>	<b>5.833</b>	<b>5.600</b>	<b>4.900</b>	<b>3.733</b>	<b>2.567</b>	<b>1.400</b>	<b>1.400</b>	<b>42.000</b>
Contrato de Soporte Técnico					1.200									1.200
							1.200							1.200
									1.200					1.200
										1.200				1.200
													1.200	1.200
<b>SubTotal Soporte</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.200</b>	<b>-</b>	<b>1.200</b>	<b>-</b>	<b>1.200</b>	<b>-</b>	<b>1.200</b>	<b>-</b>	<b>1.200</b>	<b>-</b>	<b>6.000</b>
Capacitación de Manejo de CRM			2.000											2.000
					2.000									2.000
							2.000							2.000
									2.000					2.000
										2.000				2.000
<b>SubTotal Capacitación</b>	<b>-</b>	<b>2.000</b>	<b>-</b>	<b>2.000</b>	<b>-</b>	<b>2.000</b>	<b>-</b>	<b>2.000</b>	<b>-</b>	<b>2.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>10.000</b>
<b>TOTAL</b>		<b>2.100</b>	<b>3.167</b>	<b>3.267</b>	<b>5.533</b>	<b>4.667</b>	<b>7.633</b>	<b>5.833</b>	<b>8.800</b>	<b>4.900</b>	<b>6.933</b>	<b>2.567</b>	<b>2.600</b>	<b>58.000</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

### 6.5.2 Presupuesto Ingreso de Ventas por años

Luego del primer año se incrementara en un 10% anual igual pasara con los tres años venideros.

Desglosados de las siguientes formas:

**CUADRO No. 25**  
**PRESUPUESTO DE INGRESOS DE VENTAS POR AÑO**

<b>Presupuesto de Ingresos/Anual</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Contrato Servicio de Consultoría	42.000	44.940	48.086	51.452	55.053
Contrato de Soporte Técnico	6.000	6.420	6.869	7.350	7.865
Capacitación de Manejo de CRM	10.000	10.700	11.449	12.250	13.108
<b>TOTAL</b>	<b>58.000</b>	<b>62.060</b>	<b>66.404</b>	<b>71.052</b>	<b>76.026</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

### 6.5.3 Presupuesto de Comisiones

**CUADRO No. 26**  
**PRESUPUESTO DE COMISIONES**

<b>COMISIONES DE VENTAS</b>					
<b>Descripción</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Comisión Anual	1160,00	1241,20	1328,08	1421,05	1520,52
Comisión Mensual	96,67	103,43	110,67	118,42	126,71

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

### 6.5.4 Presupuesto de Costos Variables Anuales

**CUADRO No. 27**  
**PRESUPUESTO DE COSTOS VARIABLES ANUALES**

<b>COSTOS VARIABLES ANUALES</b>					
<b>Descripción</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Comisiones de Dpto. Ventas	1.160,00	1.241,20	1.328,08	1.421,05	1.520,52
Movilización Dpto. Ventas	4.060,00	4.344,20	4.648,29	4.973,67	5.321,83
<b>Totales</b>	<b>5.220,00</b>	<b>5.585,40</b>	<b>5.976,38</b>	<b>6.394,72</b>	<b>6.842,36</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

## 6.6 Presupuesto de Sueldo de personal Correspondiente a los 5 años

**CUADRO No. 28**  
**GASTOS DE SUELDOS**

<b>GASTOS DE SUELDOS</b>											
<b>PERSONAL DE PLANTA</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>2012</b>		<b>2013</b>		<b>2014</b>		<b>2015</b>		<b>2016</b>	
<b>CARGO</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>
<b>Gerente General</b>	Salario básico mensual	1	650,00	1	695,50	1	744,19	1	796,28	1	852,02
	Salario básico anual		7.800,00		8.346,00		8.930,22		9.555,34		10.224,21
	Prestaciones sociales anuales		2.110,42		2.953,37		3.160,11		3.381,31		3.618,01
<b>Jefe de Consultores</b>	Salario básico mensual	1	450,00	1	481,50	1	515,21	1	551,27	1	589,86
	Salario básico anual		5.400,00		5.778,00		6.182,46		6.615,23		7.078,30
	Prestaciones sociales anuales		1.461,06		2.044,64		2.187,77		2.340,91		2.504,77
<b>Consultor Junior</b>	Salario básico mensual	2	700,00	2	749,00	2	801,43	2	857,54	2	917,57
	Salario básico anual		8.400,00		8.988,00		9.617,16		10.290,49		11.010,81
	Prestaciones sociales anuales		2.972,48		3.180,55		3.403,19		3.641,46		3.896,36
<b>SECRETARIA/RECEPCIONISTA</b>	Salario básico mensual	1	300,00	1	321,00	1	343,47	1	367,51	1	393,24
	Salario básico anual		3.600,00		3.852,00		4.121,64		4.410,15		4.718,87
	Prestaciones sociales anuales		974,04		1.363,09		1.458,51		1.560,61		1.669,85
<b>CONSERJE/MENSAJERO</b>	Salario básico mensual	1	295,00	1	315,65	1	337,75	1	361,39	1	386,68
	Salario básico anual		3.540,00		3.787,80		4.052,95		4.336,65		4.640,22
	Prestaciones sociales anuales		957,81		1.340,38		1.434,20		1.534,60		1.642,02

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

### 6.6.1 Depreciación y Amortización

En esta sección se realiza la distribución de la depreciación de los activos, equipo de informática de vida útil de 3 años, Muebles Enseres tiene una vida útil de 10 años, y cinco años tiene de vida útil las Instalaciones eléctricas y equipo de oficina.

Las Amortización como el Software tiene una vida útil de 3 años.

## 6.6.2 Depreciación de Activo

## CUADRO No. 29

## TABLA DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

TABLA DE DEPRECIACIÓN						
Detalle	Período (años)	Porcentaje de Depreciación	Inversión	Depreciación	Valor Depreciación	Depreciación Acumulada
Equipos de computación	0		\$ 6.062,90			
	1	33%		\$ 2.020,97	\$ 4.041,93	\$ 2.020,97
	2	33%		\$ 2.020,97	\$ 2.020,97	\$ 4.041,93
	3	33%		\$ 2.020,97	\$ 0,00	\$ 6.062,90
Muebles y Enseres	0		\$ 1.338,00			
	1	10%		\$ 133,80	\$ 1.204,20	\$ 133,80
	2	10%		\$ 133,80	\$ 1.070,40	\$ 267,60
	3	10%		\$ 133,80	\$ 936,60	\$ 401,40
	4	10%		\$ 133,80	\$ 802,80	\$ 535,20
	5	10%		\$ 133,80	\$ 669,00	\$ 669,00
	6	10%		\$ 133,80	\$ 535,20	\$ 802,80
	7	10%		\$ 133,80	\$ 401,40	\$ 936,60
	8	10%		\$ 133,80	\$ 267,60	\$ 1.070,40
	9	10%		\$ 133,80	\$ 133,80	\$ 1.204,20
	10	10%		\$ 133,80	\$ 0,00	\$ 1.338,00
Instalaciones eléctricas y datos	0		\$ 900,00			
	1	20%		\$ 180,00	\$ 720,00	\$ 180,00
	2	20%		\$ 180,00	\$ 540,00	\$ 360,00
	3	20%		\$ 180,00	\$ 360,00	\$ 540,00
	4	20%		\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 720,00
	5	20%		\$ 180,00	\$ 0,00	\$ 900,00



Equipos de oficina	0		\$ 670,00			
	1	20%		\$ 134,00	\$ 536,00	\$ 134,00
	2	20%		\$ 134,00	\$ 402,00	\$ 268,00
	3	20%		\$ 134,00	\$ 268,00	\$ 402,00
	4	20%		\$ 134,00	\$ 134,00	\$ 536,00
	5	20%		\$ 134,00	\$ 0,00	\$ 670,00
	0		\$ 650,00			
	1	10%		\$ 65,00	\$ 585,00	\$ 65,00
	2	10%		\$ 65,00	\$ 520,00	\$ 130,00
	3	10%		\$ 65,00	\$ 455,00	\$ 195,00
Amortización gastos de constitución	4	10%		\$ 65,00	\$ 390,00	\$ 260,00
	5	10%		\$ 65,00	\$ 325,00	\$ 325,00
	6	10%		\$ 65,00	\$ 260,00	\$ 390,00
	7	10%		\$ 65,00	\$ 195,00	\$ 455,00
	8	10%		\$ 65,00	\$ 130,00	\$ 520,00
	9	10%		\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 585,00
	10	10%		\$ 65,00	\$ 0,00	\$ 650,00
Software	0		\$ 1.250,00			
	1	33%		\$ 416,67	\$ 833,33	\$ 416,67
	2	33%		\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 833,33
	3	33%		\$ 416,67	\$ 0,00	\$ 1.250,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

## 6.7 Préstamo bancario

Se ha considerado realizar un préstamo de \$10.000,00 al Banco, que será cancelado a un plazo de 3 años con una tasa de interés del 18,92% anual el cual se amortiza de la siguiente manera:

**CUADRO No. 30**  
**FINANCIAMIENTO (PRESTAMO BANCARIO)**

AÑOS	CUOTAS	FECHA	PAGO	CAPITAL	INTERES	SALDO
2012						<b>10.000,00</b>
	1	Ene	366,16	208,49	157,67	9.791,51
	2	Feb	366,16	211,78	154,38	9.579,73
	3	Mar	366,16	215,12	151,04	9.364,62
	4	Abr	366,16	218,51	147,65	9.146,11
	5	May	366,16	221,95	144,20	8.924,16
	6	Jun	366,16	225,45	140,70	8.698,71
	7	Jul	366,16	229,01	137,15	8.469,70
	8	Ago	366,16	232,62	133,54	8.237,09
	9	Sep	366,16	236,28	129,87	8.000,80
	10	Oct	366,16	240,01	126,15	7.760,79
	11	Nov	366,16	243,79	122,36	7.517,00
			4.393,87	2.730,64	1.663,23	
2013	13	Ene	366,16	251,54	114,61	<b>7.017,82</b>
	14	Feb	366,16	255,51	110,65	6.762,31
	15	Mar	366,16	259,54	106,62	6.502,77
	16	Abr	366,16	263,63	102,53	6.239,14
	17	May	366,16	267,79	98,37	5.971,36
	18	Jun	366,16	272,01	94,15	5.699,35
	19	Jul	366,16	276,30	89,86	5.423,05
	20	Ago	366,16	280,65	85,50	5.142,40
	21	Sep	366,16	285,08	81,08	4.857,32
	22	Oct	366,16	289,57	76,58	4.567,75
	23	Nov	366,16	294,14	72,02	4.273,61
	24	Dic	366,16	298,78	67,38	3.974,84
			8.787,74	3.294,52	1.099,35	
2014	25	Ene	366,16	303,49	62,67	<b>3.671,35</b>
	26	Feb	366,16	308,27	57,89	3.363,08
	27	Mar	366,16	313,13	53,02	3.049,95
	28	Abr	366,16	318,07	48,09	2.731,88
	29	May	366,16	323,08	43,07	2.408,80
	30	Jun	366,16	328,18	37,98	2.080,62
	31	Jul	366,16	333,35	32,80	1.747,27
	32	Ago	366,16	338,61	27,55	1.408,66
	33	Sep	366,16	343,95	22,21	1.064,72
	34	Oct	366,16	349,37	16,79	715,35
	35	Nov	366,16	354,88	11,28	360,47
	36	Dic	366,16	360,47	5,68	0,00
			13.181,61	3.974,84	419,03	

Capital	10.000,00
Intereses	3.181,61
Total Pagado	13.181,61
Tasa de interés	0,189
Plazo	36

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

## 6.8 Presupuesto gasto de operaciones

### 6.8.1 Análisis de Costos

Los gastos de operaciones de la empresa están compuestos por todos aquellos que tienen que ver con la empresa y el servicio que la empresa va a ofrecer.

**CUADRO No. 31**  
**GASTOS OPERACIONALES**

Total de gastos operacional por años					
Servicios	ANOS				
	2012	2013	2014	2015	2016
Electricidad	\$ 540,00	\$ 567,00	\$ 595,35	\$ 625,12	\$ 656,37
Agua	\$ 180,00	\$ 189,00	\$ 198,45	\$ 208,37	\$ 218,79
Teléfono	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58
Alquiler	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
Dominio Hosting	\$ 696,00	\$ 730,80	\$ 767,34	\$ 805,71	\$ 845,99
Internet	\$ 324,00	\$ 340,20	\$ 357,21	\$ 375,07	\$ 393,82
Útiles de Oficina	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72
Publicidad	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
Municipio	\$ 23,00	\$ 24,15	\$ 25,36	\$ 26,63	\$ 27,96
Cuerpo de Bomberos	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78
Ministerio de Salud	\$ 57,00	\$ 59,85	\$ 62,84	\$ 65,98	\$ 69,28
Interés bancario mensual	\$ 1.663,23	\$ 1.099,35	\$ 419,03	\$ 0,00	\$ 0,00
Presupuesto de sueldos	\$28.740,00	\$30.751,80	\$32.904,43	\$35.207,86	\$37.672,40
Prestaciones mensuales	\$ 8.475,81	\$ 10.882,04	\$11.643,78	\$12.458,89	\$13.331,01
<b>Total Gastos operacional</b>	<b>\$ 45.549,04</b>	<b>\$ 49.736,69</b>	<b>\$52.320,91</b>	<b>\$55.388,11</b>	<b>\$59.110,84</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

## CAPITULO VII

### ANÁLISIS FINANCIERO

#### 7.1 Flujo de caja

En este capítulo se presenta un estudio de los movimientos del flujo de efectivo, balance general y de resultado, analizando el punto de equilibrio entre los ingresos por venta de los cinco años. (Eslava, 2010)

Se realiza el estudio financiero incorporando el valor presente o Valor Actual neto (VAN), donde refleja las utilidades esperadas en el futuro menos la inversión inicial.

Las utilidades generadas son descontadas a una tasa de interés como ajuste por el valor del dinero en el tiempo, las utilidades generadas en el futuro valen menos que las generadas hoy.

La evaluación se considera de la siguiente manera:

$VAN = 0$  P La empresa recupera la inversión

$VAN > 0$  es más atractiva mientras mayor es el valor.

$VAN < 0$  Hay que buscar alternativas en otro proyecto

La tasa interna de Rentabilidad (TIR) es la tasa de descuento interés que hace que el VAN sea igual a cero (0), por lo tanto permite igualar la suma de los flujos destinados en la inversión inicial.



Ministerio de Salud		4,75	4,75	4,75	4,75	4,75	4,75	4,75	4,75	4,75	4,75	4,75	4,75
Municipio		1,92	,92	1,92	1,92	1,92	1,92	1,92	1,92	1,92	1,92	1,92	1,92
Cuerpo de bomberos		4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17
Agua Potable		15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Teléfono (Fijo y Móviles)		30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
SUELDOS DEL PERSONAL		2.395,00	2.395,00	2.395,00	2.395,00	2.395,00	2.395,00	2.395,00	2.395,00	2.395,00	2.395,00	2.395,00	2.395,00
PRESTACIONES DEL PERSONAL		706,32	706,32	706,32	706,32	706,32	706,32	706,32	706,32	706,32	706,32	706,32	706,32
Depreciaciones y Amortizaciones		245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87
Intereses Bancarios		138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	16.120,90	<b>4.041,62</b>	<b>4.041,62</b>	<b>4.041,62</b>	<b>4.041,62</b>	<b>4.041,62</b>	<b>4.041,62</b>	<b>4.041,62</b>	<b>4.041,62</b>	<b>4.041,62</b>	<b>4.041,62</b>	<b>4.041,62</b>	<b>4.041,62</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>4.476,62</b>	<b>4.476,62</b>	<b>4.476,62</b>	<b>4.476,62</b>	<b>4.476,62</b>	<b>4.476,62</b>	<b>4.476,62</b>	<b>4.476,62</b>	<b>4.476,62</b>	<b>4.476,62</b>	<b>4.476,62</b>	<b>4.476,62</b>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		-	-	-	1.056,71	190,04	3.156,71	1.356,71	4.323,38	423,38	2.456,71	-1.909,96	-1.876,62
(-)15% Participación Trabajadores		0,00	0,00	0,00	214,03	0,00	0,00	0,00	214,03	0,00	0,00	0,00	214,03
(-)21,25% Impuestos a la Renta		0,00	0,00	0,00	303,20	0,00	0,00	0,00	303,20	0,00	0,00	0,00	303,20
UTILIDAD después de impuestos		-	-	-	539,48	190,04	3.156,71	1.356,71	3.806,15	423,38	2.456,71	-1.909,96	-2.393,85
Aporte de socios	11000												
Préstamo bancario	10000	208,49	211,78	215,12	218,51	221,95	225,45	229,01	232,62	236,28	240,01	243,79	247,64
Depreciaciones y Amortizaciones		245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87	245,87
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>		-	-	-	566,84	213,96	3.177,13	1.373,57	3.819,40	432,96	2.462,57	-1.907,88	-2.395,62
Saldo anterior	4879,10	4.879,10	2.539,86	1.264,00	84,79	651,64	865,60	4.042,73	5.416,30	9.235,70	9.668,66	12.131,23	10.223,35
<b>Saldo Final de Caja</b>		<b>2.539,86</b>	<b>1.264,00</b>	<b>84,79</b>	<b>651,64</b>	<b>865,60</b>	<b>4.042,73</b>	<b>5.416,30</b>	<b>9.235,70</b>	<b>9.668,66</b>	<b>12.131,23</b>	<b>10.223,35</b>	<b>7.827,73</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

## 7.1.2 Flujo de Caja Proyectado Anualmente

**CUADRO No. 33**  
**FLUJO DE CAJA ANUAL**

<b>PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO</b>						
<b>Concepto</b>	<b>Inicial</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
	<b>2011</b>					
Capital de Trabajo	3.270,00					
Inversion en Activos Fijos	8.970,90					
Gastos de arranque	1.980,00					
Gastos de Constitución	650,00					
Software	1.250,00					
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>16.120,90</b>					
<b>INGRESOS</b>						
Contratos de consultoría		42.000,00	44.940,00	48.085,80	51.451,81	55.053,43
Contratos de soporte		6.000,00	6.420,00	6.869,40	7.350,26	7.864,78
Capacitación		10.000,00	10.700,00	11.449,00	12.250,43	13.107,96
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>58.000,00</b>	<b>62.060,00</b>	<b>66.404,20</b>	<b>71.052,49</b>	<b>76.026,17</b>
			1,07	1,07	1,07	1,07
<b>EGRESOS</b>						
<b>COSTOS VARIABLES</b>		<b>5.220,00</b>	<b>5.585,40</b>	<b>5.976,38</b>	<b>6.394,72</b>	<b>6.842,36</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	0,09	<b>5.220,00</b>	<b>5.585,40</b>	<b>5.976,38</b>	<b>6.394,72</b>	<b>6.842,36</b>
			1,07	1,07	1,07	1,07
<b>COSTOS FIJOS</b>						
<b>COSTOS OPERATIVOS</b>						
<b>Electricidad</b>		540,00	567,00	595,35	625,12	656,37
<b>Internet</b>		324,00	340,20	357,21	375,07	393,82
<b>Dominio, Hosting</b>		696,00	730,80	767,34	805,71	845,99
<b>Utiles de oficina</b>		240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
<b>Publicidad</b>		600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
<b>Arriendo</b>		3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
<b>Municipio</b>		23,00	24,15	25,36	26,63	27,96
<b>Cuerpo de bomberos</b>		50,00	52,50	55,13	57,88	60,78
<b>Agua Potable</b>		180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
<b>Teléfono (Fijo y Móviles)</b>		360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
<b>Ministerio de Salud</b>		57,00	59,85	62,84	65,98	69,28
<b>TOTAL COSTOS OPERATIVOS</b>		<b>6.670,00</b>	<b>7.003,50</b>	<b>7.353,68</b>	<b>7.721,36</b>	<b>8.107,43</b>
<b>COSTOS SUELDOS</b>						
<b>Gerente General</b>		7.800,00	8.346,00	8.930,22	9.555,34	10.224,21
<b>SECRETARIA/RECEPCIONISTA</b>		3.600,00	3.852,00	4.121,64	4.410,15	4.718,87

<b>Consultores</b>		8.400,00	8.988,00	9.617,16	10.290,49	11.010,81
<b>JEFE DE CONSULTORES</b>		5.400,00	5.778,00	6.182,46	6.615,23	7.078,30
<b>CONSERJE/MENSAJERO</b>		3.540,00	3.787,80	4.052,95	4.336,65	4.640,22
<b>TOTAL COSTOS SUELDOS</b>		<b>28.740,00</b>	<b>30.751,80</b>	<b>32.904,43</b>	<b>35.207,86</b>	<b>37.672,40</b>
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>						
<b>Gerente General</b>		2.110,42	2.953,37	3.160,11	3.381,31	3.618,01
<b>SECRETARIA/RECEPCIONIST</b>		974,04	1.363,09	1.458,51	1.560,61	1.669,85
<b>A</b>						
<b>Consultores</b>		2.972,48	3.180,55	3.403,19	3.641,46	3.896,36
<b>JEFE DE CONSULTORES</b>		1.461,06	2.044,64	2.187,77	2.340,91	2.504,77
<b>CONSERJE/MENSAJERO</b>		957,81	1.340,38	1.434,20	1.534,60	1.642,02
<b>TOTAL COSTOS DE BENEFICIOS SOCIALES</b>		<b>8.475,81</b>	<b>10.882,04</b>	<b>11.643,78</b>	<b>12.458,89</b>	<b>13.331,01</b>
<b>DEPRECIACIÓN</b>						
Equipos de computación		2.020,97	2.020,97	2.020,97	0,00	0,00
Instalaciones eléctricas y datos		180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Muebles y enseres		133,80	133,80	133,80	133,80	133,80
Equipos de oficina		134,00	134,00	134,00	134,00	134,00
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>		<b>2.468,77</b>	<b>2.468,77</b>	<b>2.468,77</b>	<b>447,80</b>	<b>447,80</b>
<b>AMORTIZACIONES</b>						
Gastos de Constitución		65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
Software		416,67	416,67	416,67	0,00	0,00
<b>TOTAL AMORTIZACIONES</b>		<b>481,67</b>	<b>481,67</b>	<b>481,67</b>	<b>65,00</b>	<b>65,00</b>
<b>TOTAL DEPRECIACIONES+AMORTIZACIONES</b>		<b>2.950,43</b>	<b>2.950,43</b>	<b>2.950,43</b>	<b>512,80</b>	<b>512,80</b>
<b>INTERESES BANCARIOS</b>		1.663,23	1.099,35	419,03		
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>		<b>48.499,47</b>	<b>52.687,12</b>	<b>55.271,34</b>	<b>55.900,91</b>	<b>59.623,64</b>
		0,84	0,85	0,83	0,79	0,78
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>53.719,47</b>	<b>58.272,52</b>	<b>61.247,72</b>	<b>62.295,64</b>	<b>66.465,99</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>		4.280,53	3.787,48	5.156,48	8.756,86	9.560,17
(-) 15% Utilidad a empleados		642,08	568,12	773,47	1.313,53	1.434,03
(-) 21,25% Impuestos a la Renta		909,61	804,84	1.095,75	1.860,83	2.031,54
<b>UTILIDAD después de impuestos</b>	<b>-16.120,90</b>	<b>2.728,84</b>	<b>2.414,52</b>	<b>3.287,25</b>	<b>5.582,50</b>	<b>6.094,61</b>
<b>APORTE DE SOCIOS</b>	11.000,00	0,05	0,04	0,05	0,08	0,08
<b>Adición de la deprec. y amortización</b>		2.950,43	2.950,43	2.950,43	512,80	512,80
<b>Cta. a pagar Préstamo Bancario</b>						
<b>Documento Bancario. Banco</b>	10.000,00	2.730,64	3.294,52	3.974,84		
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO o Flujo de caja</b>	4.879,10	2.948,63	2.070,43	2.262,85	6.095,30	6.607,41



SALDO ANTERIOR DE CAJA		4.879,10	7.827,73	9.898,16	12.161,01	18.256,31
SALDO FINAL DE CAJA O FLUJO EFECT AÑO		7.827,73	9.898,16	12.161,01	18.256,31	24.863,72
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	-21.000,00	7.827,73	9.898,16	12.161,01	18.256,31	24.863,72
<b>Flujo Neto de Efectivo Acumulado</b>		-13.172,27	-3.274,11	8.886,91	27.143,21	52.006,93
<b>Suma de Flujos Futuros Descontados</b>	36.249,41	6.364,01	6.542,51	6.535,13	7.976,13	8.831,62
<b>VPN</b>	<b>15.249,41</b>					
<b>TIR</b>	<b>48%</b>					

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

### 7.1.3 Periodo de recuperación

**CUADRO No. 34**  
**PERIODO DE RECUPERACIÓN**

PERIODO DE RECUPERACION	AÑO	Flujo	Acumulado
	0	\$ 16.120,90	\$ 16.120,90
	1	\$6.364,01	(\$ 9.756,89)
	2	\$6.542,51	(\$ 3.214,38)
	3	\$6.535,13	\$ 3.320,75
	4	\$7.976,13	\$ 11.296,89
	5	\$8.831,62	\$ 20.128,51

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

### 7.1.4 Fórmula aplicada para sacar el período de recuperación

**CUADRO No. 35**

**FÓRMULA APLICADA PARA EL PERIODO DE RECUPERACIÓN**

Fórmula de recuperación de la inversión:	Año anterior a la recuperación + costo no recuperado a principio de año
	Flujo de efectivo durante el año
Fórmula de recuperación de la inversión:	2 \$ 3.214,38
	\$6.535,13
Fórmula de recuperación de la inversión:	2 ,49      2,49

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

## 7.2 Estado Financieros

Se plantea las condiciones iniciales de la empresa en cuanto a libro, tomando en cuenta las proyecciones para los siguientes años.

## 7.2.1 Balance General

**CUADRO No. 36**  
**BALANCE GENERAL**

<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>CUENTA</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>Balance Inicial</b>					
<b>Activo corriente</b>						
Caja/Bancos	4.879,10	7.827,73	9.898,16	12.161,01	18.256,31	24.863,72
Inventarios/Mercaderías						
Cuentas por Cobrar						
<b>Total de Activo Corriente</b>	<b>4.879,10</b>	<b>7.827,73</b>	<b>9.898,16</b>	<b>12.161,01</b>	<b>18.256,31</b>	<b>24.863,72</b>
<b>Activo Fijo</b>						
Equipos de Computación	6.062,90	6.062,90	6.062,90	6.062,90		
Depreciación Acumulada Eq. Comp.		2.020,97	4.041,93	6.062,90		
Instalaciones eléctricas y datos	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Depreciación Acumulada Instalaciones		180,00	360,00	540,00	720,00	900,00
Muebles y Enseres	1.338,00	1.338,00	1.338,00	1.338,00	1.338,00	1.338,00
Depreciación Acum. Muebles y Enseres		133,80	267,60	401,40	535,20	669,00
Equipos de oficina	670,00	670,00	670,00	670,00	670,00	670,00
Depreciación de equipos de oficina		134,00	268,00	402,00	536,00	670,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>8.970,90</b>	<b>6.502,13</b>	<b>4.033,37</b>	<b>1.564,60</b>	<b>1.116,80</b>	<b>669,00</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Gastos de constitución	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
Amortización de Gastos de Constitución		65,00	130,00	195,00	260,00	325,00
Software	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00		
Amortización acumulada de Software		416,67	833,33	1.250,00		
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>1.900,00</b>	<b>1.418,33</b>	<b>936,67</b>	<b>455,00</b>	<b>390,00</b>	<b>325,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>15.750,00</b>	<b>15.748,20</b>	<b>14.868,20</b>	<b>14.180,61</b>	<b>19.763,11</b>	<b>25.857,72</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>Pasivo Corriente</b>						
Participación a trabajadores						
Impuestos por Pagar						
Pasivo a largo plazo	10.000,00	7.269,36	3.974,84	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>10.000,00</b>	<b>7.269,36</b>	<b>3.974,84</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00
Utilidades	-5.250,00	2.728,84	2.414,52	3.287,25	5.582,50	6.094,61
Utilidad retenida		-5.250,00	-2.521,16	-106,64	3.180,61	8.763,11
Pago de dividendos						
<b>Total Patrimonio</b>	<b>5.750,00</b>	<b>8.478,84</b>	<b>10.893,36</b>	<b>14.180,61</b>	<b>19.763,11</b>	<b>25.857,72</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>15.750,00</b>	<b>15.748,20</b>	<b>14.868,20</b>	<b>14.180,61</b>	<b>19.763,11</b>	<b>25.857,72</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

## 7.2.2 Estado de resultado

**CUADRO No. 37  
ESTADO DE RESULTADOS**

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>					
<b>Cuenta</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Ventas	58.000,00	62.060,00	66.404,20	71.052,49	76.026,17
Costo de Ventas	5.220,00	5.585,40	5.976,38	6.394,72	6.842,36
<b>Utilidad bruta</b>	<b>52.780,00</b>	<b>56.474,60</b>	<b>60.427,82</b>	<b>64.657,77</b>	<b>69.183,81</b>
Costo Fijos	48.499,47	52.687,12	55.271,34	55.900,91	59.623,64
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>4.280,53</b>	<b>3.787,48</b>	<b>5.156,48</b>	<b>8.756,86</b>	<b>9.560,17</b>
(-) 15% Trabajadores	642,08	568,12	773,47	1.313,53	1.434,03
(-) 21.25 IR	909,61	804,84	1.095,75	1.860,83	2.031,54
<b>Utilidad Neta</b>	<b>2.728,84</b>	<b>2.414,52</b>	<b>3.287,25</b>	<b>5.582,50</b>	<b>6.094,61</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

## 7.2.3 Punto de Equilibrio Anual

Se toma los datos concernientes costos tanto fijos como Variables, ventas Totales número de unidades proyectadas para vender en cinco años.

**CUADRO No. 38**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL</b>					
<b>Detalle</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Costo Fijo	48.499,47	52.687,12	55.271,34	55.085,80	59.623,64
Costo Variable	5.220,00	5.585,40	5.976,38	6.394,72	6.842,36
Ventas Totales	58.000,00	62.060,00	66.404,20	71.052,49	76.026,17
Unidades Producidas	6	6	6	6	6
<b>Punto Equilibrio \$</b>					
<b>P.E. \$</b>	53.296,12	57.897,94	60.737,74	60.533,85	65.520,48
<b>Punto Equilibrio %</b>					
<b>P.E. %</b>	<b>91,89%</b>	<b>93,29%</b>	<b>91,47%</b>	<b>85,20%</b>	<b>86,18%</b>
<b>Punto de Equilibrio Unidades</b>					
<b>P.E.U. =</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

#### 7.2.4 Fórmula para encontrar el punto Equilibrio

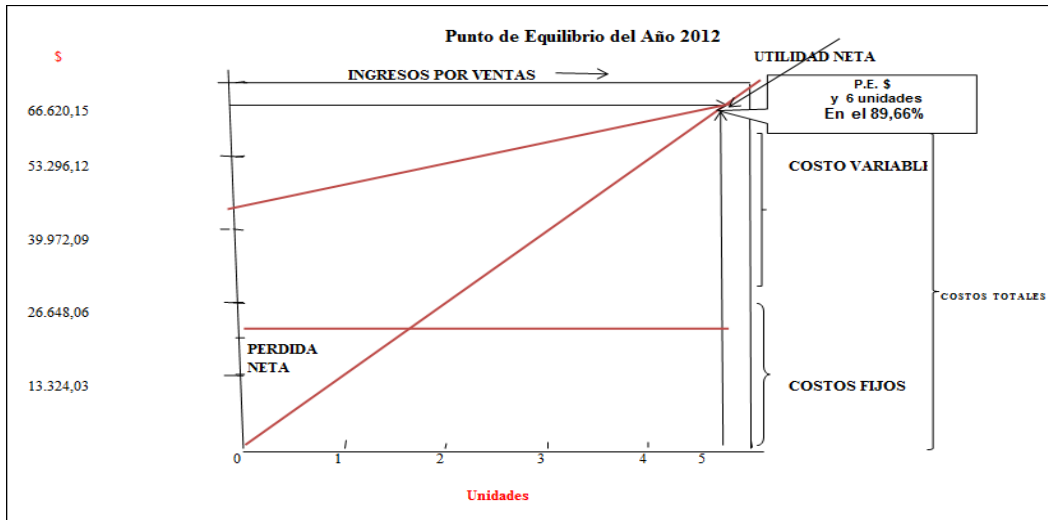
**CUADRO No. 39**  
**FÓRMULAS PARA ENCONTRAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>FORMULA P.E.\$</b>	
P.E.\$=	$\frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{ventas totales}}}$
<b>FORMULA P.E.%</b>	
P.E.%=	$\frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables}} \times 100$
<b>FORMULA P.E.U</b>	
P.E.U.=	$\frac{\text{Costos fijos} \times \text{Unidades producidas}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos variables}}$

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

### 7.2.5 Punto de equilibrio 2012

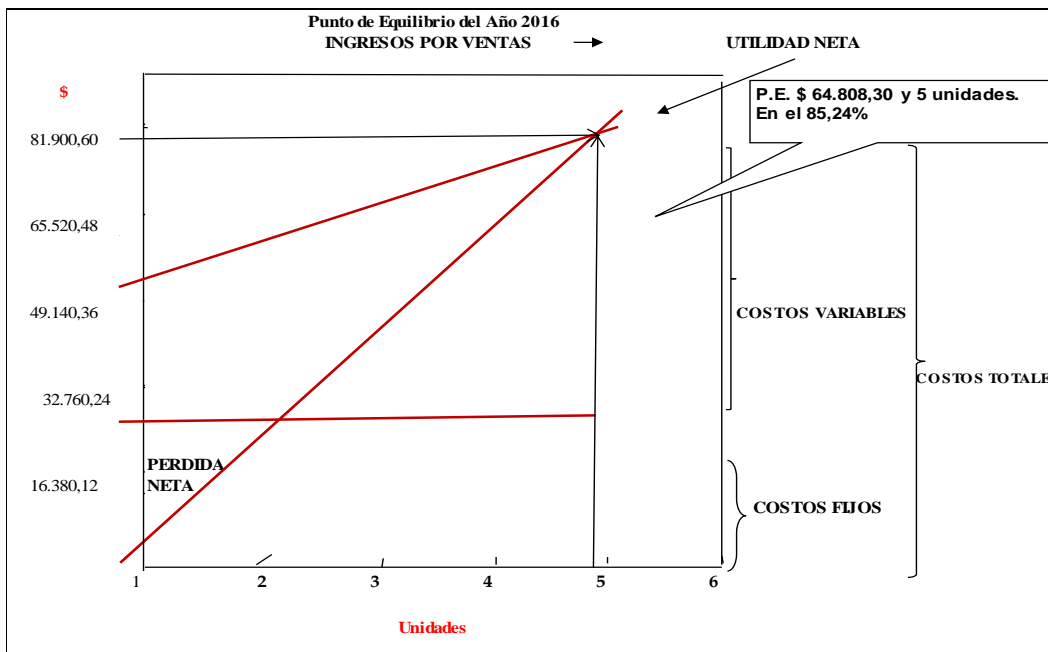
**GRÁFICO No. 14**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL 2012**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

### 7.2.6 Punto de equilibrio 2016

**GRÁFICO No. 15**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL 2016**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

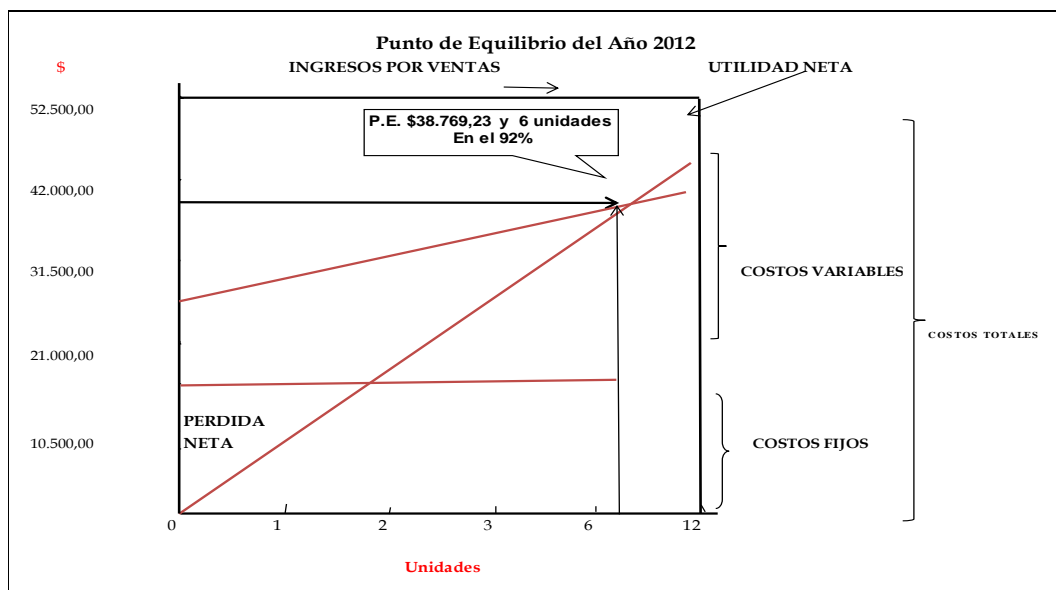
### 7.2.7 Punto de Equilibrio Consultoría

**CUADRO No. 40**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO SUGAR CRM**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO SUGAR CRM</b>					
<b>Detalle</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Costo fijo	35.280,00	38.199,00	39.911,21	40.646,93	43.492,21
Costo variable	3.780,00	4.044,60	4.327,72	4.630,66	4.954,81
Ventas totales	42.000,00	44.940,00	48.085,80	51.451,81	55.053,43
Unidades Producidas	6	7	7	7	7
		<b>1,07</b>	<b>1,07</b>	<b>1,07</b>	<b>1,07</b>
	39.060,00				
<b>Punto Equilibrio \$</b>					
<b>P.E. \$</b>	<b>38.769,23</b>	<b>41.976,92</b>	<b>43.858,48</b>	<b>44.666,95</b>	<b>47.793,64</b>
<b>Punto Equilibrio %</b>					
<b>P.E. %</b>	<b>92%</b>	<b>93%</b>	<b>91%</b>	<b>87%</b>	<b>87%</b>
<b>Punto de Equilibrio Unidades</b>					
<b>P.E.U.=</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

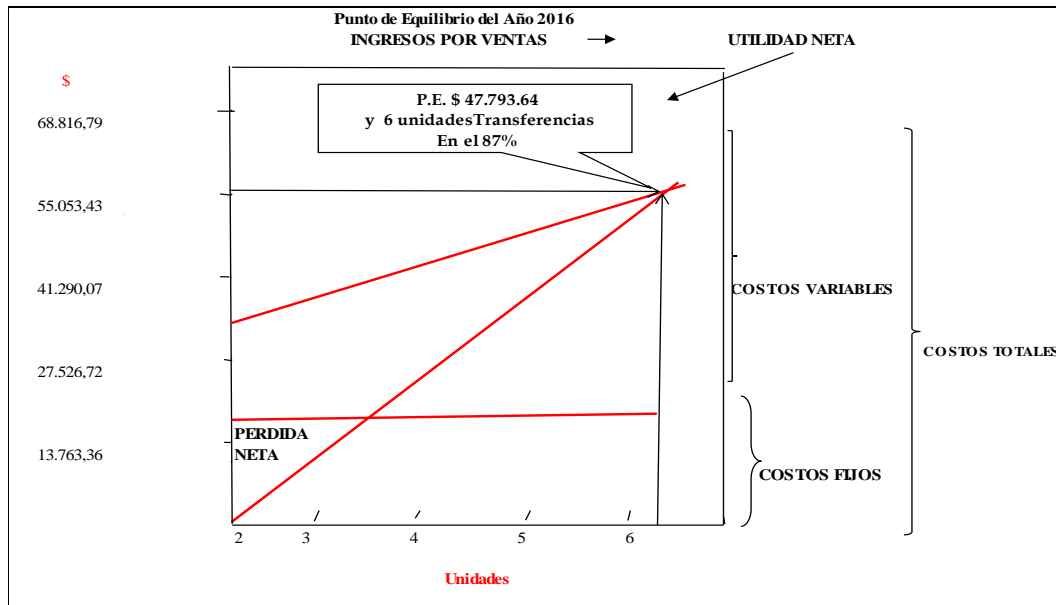
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

**GRÁFICO No.16**  
**GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO CONSULTORÍA**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

**GRÁFICO No. 17**  
**GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO CONSULTORÍA 2012**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

**7.2.8 Punto de Equilibrio Soporte Técnico**

**CUADRO No. 41**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO SUGAR CRM**

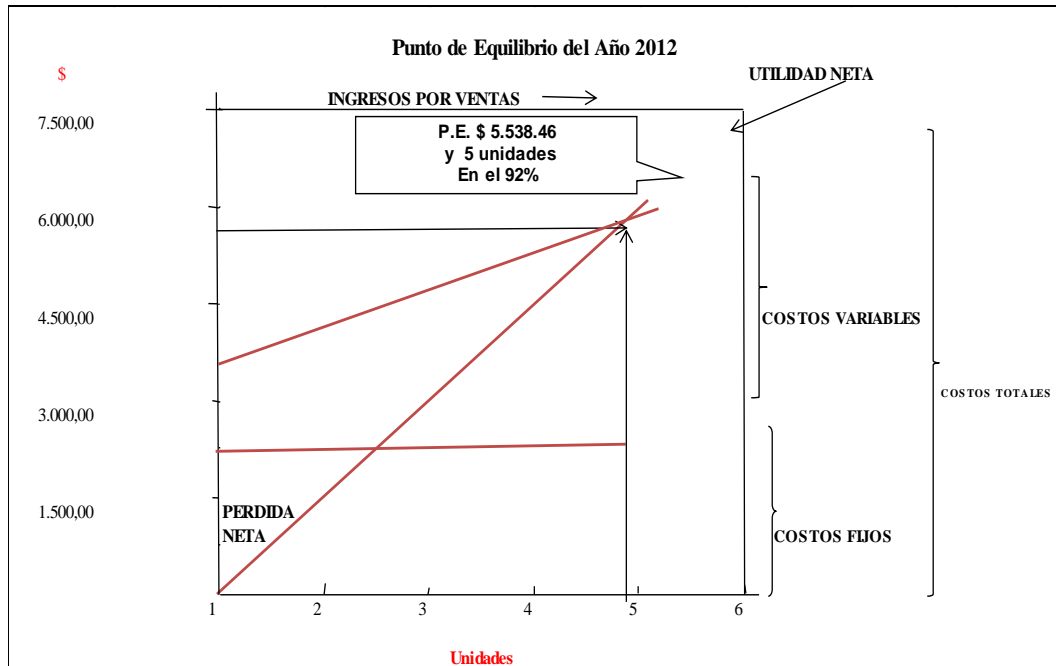
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO SUGAR CRM</b>					
<b>Detalle</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Costo fijo	5.040,00	5.457,00	5.701,60	5.806,70	6.134,53
Costo variable	540,00	577,80	618,25	661,52	707,83
Ventas totales	6.000,00	6.420,00	6.869,40	7.350,26	7.864,78
Unidades Producidas	5	6	6	6	6
		<b>1,07</b>	<b>1,07</b>	<b>1,07</b>	<b>1,07</b>
	5.580,00	6.034,80	6.319,85	6.468,23	6.842,36
<b>Punto Equilibrio \$</b>					
<b>P.E. \$</b>	<b>5.538,46</b>	<b>5.996,70</b>	<b>6.265,50</b>	<b>6.380,99</b>	<b>6.741,24</b>
<b>Punto Equilibrio %</b>					
<b>P.E. %</b>	<b>92%</b>	<b>93%</b>	<b>91%</b>	<b>87%</b>	<b>86%</b>
<b>Punto de Equilibrio Unidades</b>					
<b>P.E.U.=</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova



### GRÁFICO No. 18

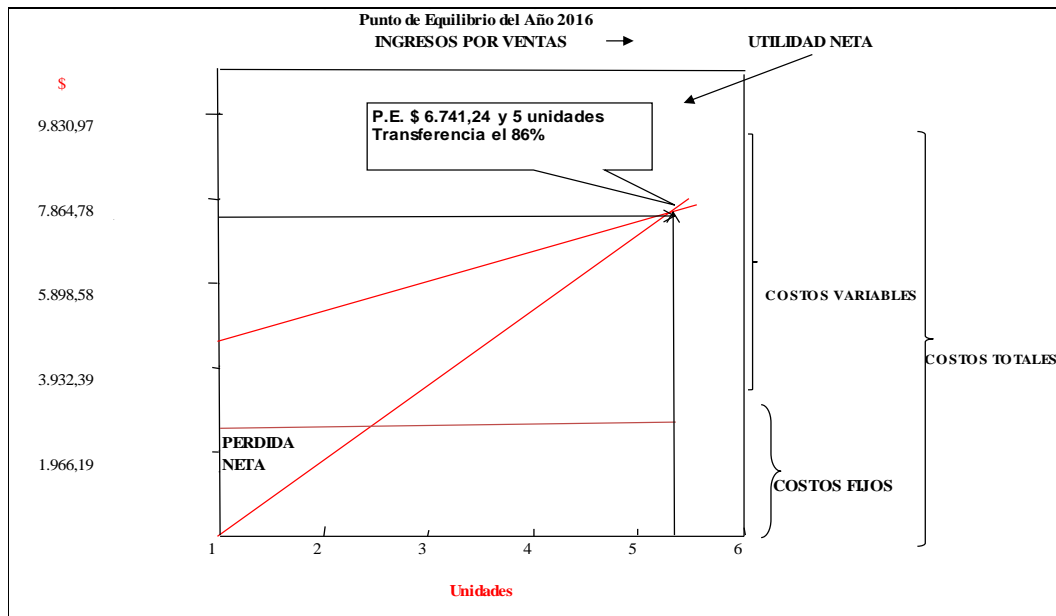
#### PUNTO DE EQUILIBRIO SOPORTE TÉCNICO 2012



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

### GRÁFICO No.19

#### PUNTO DE EQUILIBRIO SOPORTE TÉCNICO 2016



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

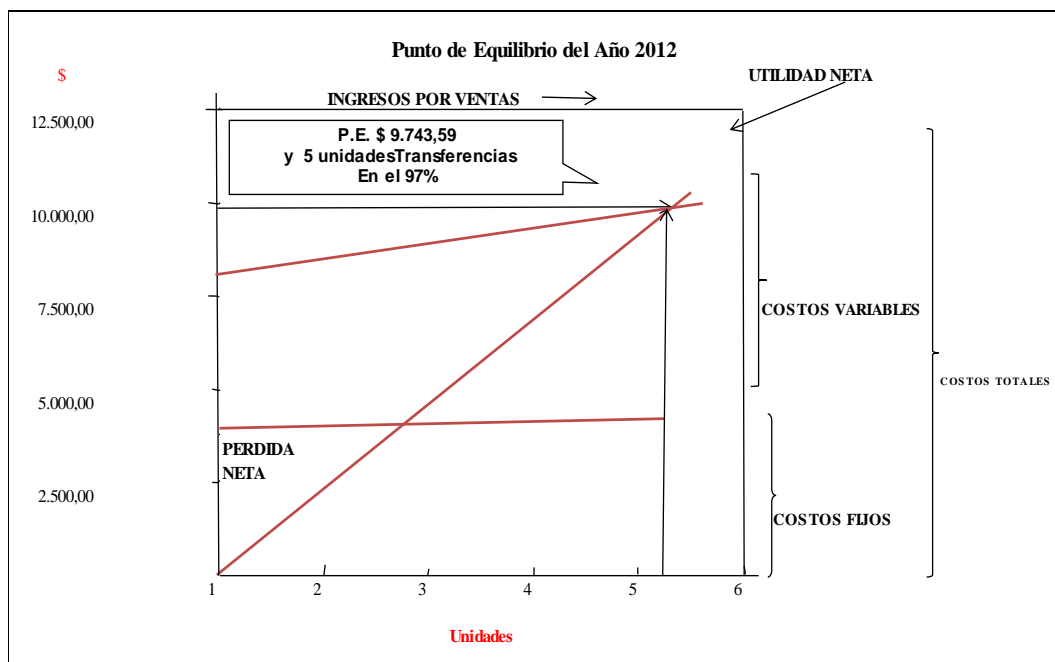
### 7.2.9 Punto de Equilibrio Capacitación

**CUADRO No. 42  
PUNTO DE EQUILIBRIO CAPACITACIÓN**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO SUGAR CRM</b>					
<b>Detalle</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Costo fijo	8.400,00	9.095,00	9.502,67	9.677,84	10.224,21
Costo variable	900,00	963,00	1.030,41	1.102,54	1.179,72
Ventas totales	10.000,00	10.700,00	11.449,00	12.250,43	13.107,96
Unidades Producidas	5	6	6	6	6
		<b>1,07</b>	<b>1,07</b>	<b>1,07</b>	<b>1,07</b>
	9.300,00				
<b>Punto Equilibrio \$</b>					
<b>P.E. \$</b>	<b>9.230,77</b>	<b>9.994,51</b>	<b>10.442,49</b>	<b>10.634,99</b>	<b>11.235,39</b>
<b>Punto Equilibrio %</b>					
<b>P.E. %</b>	<b>92%</b>	<b>93%</b>	<b>91%</b>	<b>87%</b>	<b>86%</b>
<b>Punto de Equilibrio Unidades</b>					
<b>P.E.U.=</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

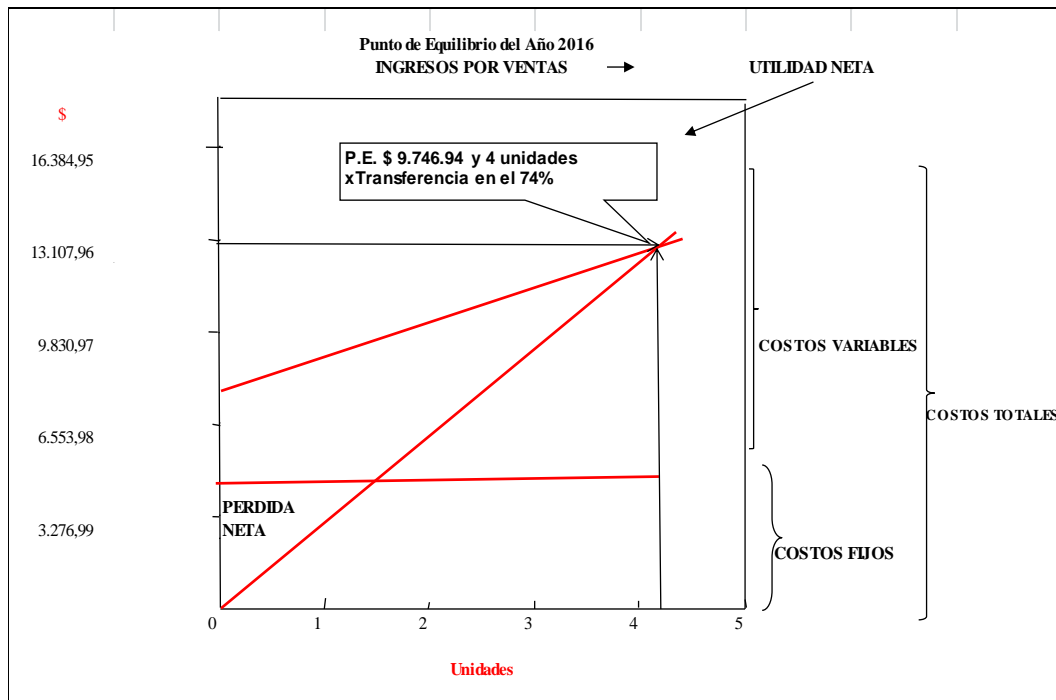
**GRÁFICO No. 20  
PUNTO DE EQUILIBRIO CAPACITACIÓN 2012**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

## GRÁFICO No. 21

### PUNTO DE EQUILIBRIO CAPACITACIÓN 2016



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

## CAPÍTULO VIII

### ANÁLISIS DE RIESGOS

#### 8.1 El riesgo y su contorno

El objetivo del análisis de riesgos del proyecto es identificar los posibles riesgos que puedan afectar a la Consultora Sugar CRM tanto riesgos financieros como riesgos físicos. . (Amat, 2011)

Riesgo Físico es el potencial de que una amenaza determinada explote las vulnerabilidades de un activo o grupo de activos ocasionando pérdidas o daños a los mismos.

Cuando en un proceso existe la posibilidad de que haya una alteración respecto de los resultados, se debe entender que existe un riesgo. Así, el riesgo se puede entender como:

“La variación que se puede producir en los resultados esperados de una situación dada, dentro de un período determinado”.

Presentamos los riesgos en que la empresa se encuentra inmersa, por lo cual para una mejor comprensión de este capítulo, se definirán los conceptos básicos referentes a riesgos y controles, que todo negocio está expuesto cuando inicia sus operaciones y a lo largo de su vida como tal:

1. Auditoría

2. Control
3. Fraude
4. Negocio
5. Inherente

## 8.2 Identificar riesgos en la información

En esta sección se analiza los riesgos especialmente en lo referente a sistemas de información y redes, que se pueden presentar con mayor frecuencia.

El análisis de riesgos implica determinar lo siguiente:

- Qué se necesita Proteger
  - Área física donde están los equipos.
  - Necesario e indispensable proteger la información.
  - Equipos relacionados con la información.
  - Canales de comunicación en que viaje la información.
- De quien protegerlo
  - Virus Informáticos.
  - Posibilidad cortes de energía.
  - Personal inescrupulosos ajenos a la empresa
  - Empleados con tendencia a delinquir.
- Cómo Protegerlo
  - Programa antivirus, antispam, etc.
  - Sistema respaldo de información.
  - Dispositivo de respaldo de energía eléctrica
  - Selección del personal.
  - Vigilancia g que se cumplan los procedimientos

### 8.3 Riesgos en la inversión

Para poder determinar los riesgos que puede afectar a Consultora SUGAR CRM, se ha procedido a hacer un análisis definiendo las amenazas que la empresa tiene para proceder con los respectivos tratamientos de vital importancia para el funcionamiento de la empresa.

**CUADRO No. 43**

#### ÁREA ADMINISTRATIVA

<b>RIESGO</b>	<b>CONTROLES</b>
<b>No tener claro la misión y visión de la empresa.</b>	Establecer políticas de selección de personal y evaluar el ambiente laboral en la empresa.
<b>Personal no capacitado debidamente.</b>	Capacitación Permanente.
<b>Inadecuada atención a los clientes.</b>	Establecer políticas en atención a los clientes y elaborar estímulos económicos.
<b>No tener claro las funciones del personal.</b>	Elaborar un manual de especificaciones de funciones.
<b>Mala comunicación entre personal</b>	Evaluar el ambiente laboral en la empresa.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

**CUADRO No. 44**

#### ÁREA FINANCIERA

<b>RIESGO</b>	<b>CONTROLES</b>
<b>No realizar cobros adecuadamente.</b>	Establecer políticas de cobros según los contratos realizados con cada cliente
<b>Incremento de costos fijos y Variables para la empresa.</b>	Precios Razonables por los servicios que brinda la empresa.
<b>Excesivo manejo de recurso de la empresa.</b>	Establecer políticas en la empresa para evitar gastos innecesarios.
<b>Las ventas de software no son las estimadas durante el año.</b>	El presupuesto de la empresa debe ser aprobado acorde a los gastos previstos y variaciones que se puedan dar.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

**CUADRO No. 45****ÁREA LEGAL**

<b>RIESGO</b>	<b>CONTROLES</b>
<b>Problema con los contratos o por despido del personal.</b>	Contratación de un abogado para los casos legales de la empresa.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

**CUADRO No. 46****ÁREA INFORMÁTICA/TÉCNICA**

<b>RIESGO</b>	<b>CONTROLES</b>
<b>Ataque de virus en los equipos de computación.</b>	Establecer políticas de utilización antivirus, antispam y seguridad con contraseñas.
<b>Ataque de hackers a servidores de la empresa</b>	Mantener las políticas de seguridad informática de la empresa.
<b>Perdida de información vital de la Empresa.</b>	Política de Respaldo de información y actualización de software.
<b>Proveedores de Hardware no Calificado, quien no presta el respectivo soporte cuando se lo necesita.</b>	Políticas de selección de proveedor de hardware adecuado a las necesidades de la empresa.
<b>Implementaciones no probadas lo suficiente antes de instalarlos en los equipos de los clientes.</b>	Mantener un control de la calidad del servicio.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

**CUADRO No. 47****INSTALACIONES DE LA COMPAÑÍA**

<b>RIESGO</b>	<b>CONTROLES</b>
<b>Robos</b>	Contratación de sistema de alarma de seguridad.
<b>Incendio</b>	Revisar constantemente la instalación eléctrica de la empresa para evitar incendios.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

## 8.4 Control

Control son políticas, prácticas y estructura organizativas diseñadas para brindar una garantía adicional de lo que se lograrán los objetivos del negocio y se impedirán, detectarán y/o corregirán los acontecimientos no deseados.

Los controles que toda empresa diseña son:

**Administrativos.-** Se ocupan de la efectividad, eficiencia y acatamiento operativo de las políticas administrativas.

**Compensatorio.-** Control interno que reduce el riesgo o una debilidad existente o un extremado control que traería como consecuencia errores y omisiones.

**Correctivos.-** Son aquellos controles diseñados para corregir los errores, las omisiones y los usos e instrucciones no autorizadas una vez que estos sean detectados.

**Detectivos.-** Existen estos controles para detectar y reportar errores, omisiones y uso de entradas no autorizadas en el momento que se presente.

**Preventivos.-** Están diseñados para impedir o restringir un error, omisión o una intrusión no autorizada.

**Riesgo de Infosolution por áreas de Control.-** Todos los tipos de control



de controles mencionados anteriormente son muy importantes aplicarlos de acuerdo al riesgo que la empresa tenga, por lo cual de acuerdo a nuestro análisis, hemos podido definir las amenazas que la empresa tiene y poder realizar el respectivo tratamiento de los mismos por áreas de control, las mismas que son de vital importancia para el funcionamiento de la organización.

### **8.5 Cálculo de Riesgo**

Por cada riesgo se hará un cálculo donde se lo denominara de acuerdo a la probabilidad de la siguiente forma:

1 Baja

3 Media

5 Alta

**CUADRO No. 48**  
**RIESGO DE LA COMPAÑÍA**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PROBABILIDAD</b>
No tener claro la misión y visión de la empresa.	1
Personal no capacitado debidamente.	1
Inadecuada atención a los clientes.	3
No tener claro las funciones del personal.	1
Mala comunicación entre personal	1
No realizar cobros adecuadamente.	3
Incremento de costos fijos y Variables para la empresa.	1
Excesivo manejo de recurso dela empresa.	1
Las ventas de software no son las estimadas durante el año.	3
Problema con los contratos o por despido del personal.	3
Ataque de virus en los equipos de computación.	1
Ataque de hackers a servidores de la empresa	3
Pérdida de información vital dela Empresa.	3
Proveedores de Hardware no Calificado, quien no presta el respectivo soporte cuando se lo necesita.	1
Implementaciones no probadas lo suficiente antes de instalarlos en los equipos de los clientes.	3
Robos	3
Incendio	5

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

Así mismo cada riesgo se hará un cálculo donde se lo denominara de acuerdo al impacto de la siguiente forma:

2 Baja

4 Media

6 Alta

**CUADRO No. 49**  
**CÁLCULO DEL RIESGO**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PROBABILIDAD</b>
No tener claro la misión y visión de la empresa.	2
Personal no capacitado debidamente.	2
Inadecuada atención a los clientes.	4
No tener claro las funciones del personal.	4
Mala comunicación entre personal	2
No realizar cobros adecuadamente.	4
Incremento de costos fijos y Variables para la empresa.	2
Excesivo manejo de recurso dela empresa.	4
Las ventas de software no son las estimadas durante el año.	4
Problema con los contratos o por despido del personal.	2
Ataque de virus en los equipos de computación.	2
Ataque de hackers a servidores de la empresa	6
Pérdida de información vital dela Empresa.	6
Proveedores de Hardware no Calificado, quien no presta el respectivo soporte cuando se lo necesita.	2
Implementaciones no probadas lo suficiente antes de instalarlos en los equipos de los clientes.	2
Robos	4
Incendio	6

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

Como resultado de eso, se tiene el riesgo inherente bajo la siguiente tabla periódica:

**CUADRO No. 50**  
**CÁLCULO DE PRIORIDADES**

<b>PRIORIDAD</b>	<b>DEFINICION</b>
<b>Alta</b> <b>(21-30)</b>	Problema de impacto significativo en nuestro negocio.
<b>Media</b> <b>(11-20)</b>	Problema de alto impacto en nuestro negocio.
<b>Baja</b> <b>(0-10)</b>	Problema de bajo impacto en nuestro negocio.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

**CUADRO No. 51**  
**CÁLCULO DE PROBABILIDADES**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PROBABILIDAD</b>
No tener claro la misión y visión de la empresa.	2
Personal no capacitado debidamente.	2
Inadecuada atención a los clientes.	3
No tener claro las funciones del personal.	1
Mala comunicación entre personal	1
No realizar cobros adecuadamente.	3
Incremento de costos fijos y Variables para la empresa.	1
Excesivo manejo de recurso dela empresa.	1
Las ventas de software no son las estimadas durante el año.	3
Problema con los contratos o por despido del personal.	3
Ataque de virus en los equipos de computación.	1

<b>Ataque de hackers a servidores de la empresa</b>	3
<b>Pérdida de información vital dela Empresa.</b>	3
<b>Proveedores de Hardware no Calificado, quien no presta el respectivo soporte cuando se lo necesita.</b>	1
<b>Implementaciones no probadas lo suficiente antes de instalarlos en los equipos de los clientes.</b>	3
<b>Robos</b>	3
<b>Incendio</b>	5

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Yelena Casanova

### **Cálculo de probabilidades**

Según lo que se describe en las tablas anteriormente descritas, se puede destacar los riesgos con prioridad alta para tener en cuenta y tratar dichos riesgos en prioridad a las emergencias.

## CAPÍTULO IX

### EVALUACIÓN DEL PROYECTO

#### 9.1 Evaluación del proyecto

La instalación de una empresa consultora dedicada a la implementación y capacitación de una aplicación informática llamada SUGAR CRM OPEN SOURCE dedicada a la Gestión de las Relaciones con Clientes es totalmente factible, según estudios realizados en este proyecto. (Jiménez, 2007)

El **análisis de mercado** consta básicamente en la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización, para así verificar la posibilidad real de la penetración de la empresa consultora en el mercado empresarial.

El **análisis técnico** determina el tamaño de la empresa, la localización óptima, la ingeniería del proyecto y el análisis administrativo.

El **análisis económico**, permite ordenar y sistematizar la información monetaria que proporcionan los dos estudios anteriormente señalados, permite elaborar cuadros analíticos económicos que sirven de base para la posterior evaluación económica de la empresa consultora

Al realizarse el **análisis financiero** de este proyecto observamos

que se logra una **tasa de retorno 48 %**, es decir que los flujos generados de proyecto recuperan la inversión. Con esta tasa de retorno tenemos una **utilidad recuperada de \$15.249,41** dólares traídos a valor actual de un proyecto puesto a cinco años.

Esta rentabilidad es superior al 10% anual que los socios han definido como su tasa mínima de retorno, por tanto el proyecto es económicamente factible.

#### **Los posibles eventos:**

Aceptar proyecto si  $VAN > 0$  o aun en el peor caso.

Rechazar proyecto si  $VAN < 0$  o aun en el mejor caso.

Si VAN es a veces positivo o negativo, los resultados no son concluyentes.

## **9.2 Análisis de Escenario**

### **9.2.1 Escenario Normal (conservador)**

Este escenario, considera que existe una muy buena aceptación en el mercado ecuatoriano, se incrementara un 0.7% desde el segundo año. La tasa de retorno seria de 48% teniendo una utilidad recuperada de **\$15.249,41** dólares traído a valor actual de un proyecto puesto a cinco años.

#### **CUADRO No. 52**

#### **ESCENARIO NORMAL**

<b>VPN</b>	<b>15.249,41</b>
<b>TIR</b>	<b>48%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yelena Casanova

### 9.2.2 Escenario Pesimista

Reducir en un 4% las ventas de los próximos 4 años, se obtiene una tasa de retorno de 33% teniendo una utilidad de \$ 5.144,77 dólares traído a valor actual de un proyecto a cinco años.

**CUADRO No. 53**

#### ESCENARIO PESIMISTA

<b>VPN</b>	5.144,77
<b>TIR</b>	33%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

### 9.2.3 Escenario Optimista

Este escenario, considera que existe una muy buena aceptación incrementar en un 10% a las ventas en los próximos 4 años. Con esto se obtiene la tasa de retorno en un 65% teniendo utilidad recuperada de \$31.609,82 dólares traído a valor actual de un proyecto puesto a cinco años.

**CUADRO No. 54**

#### ESCENARIO OPTIMISTA

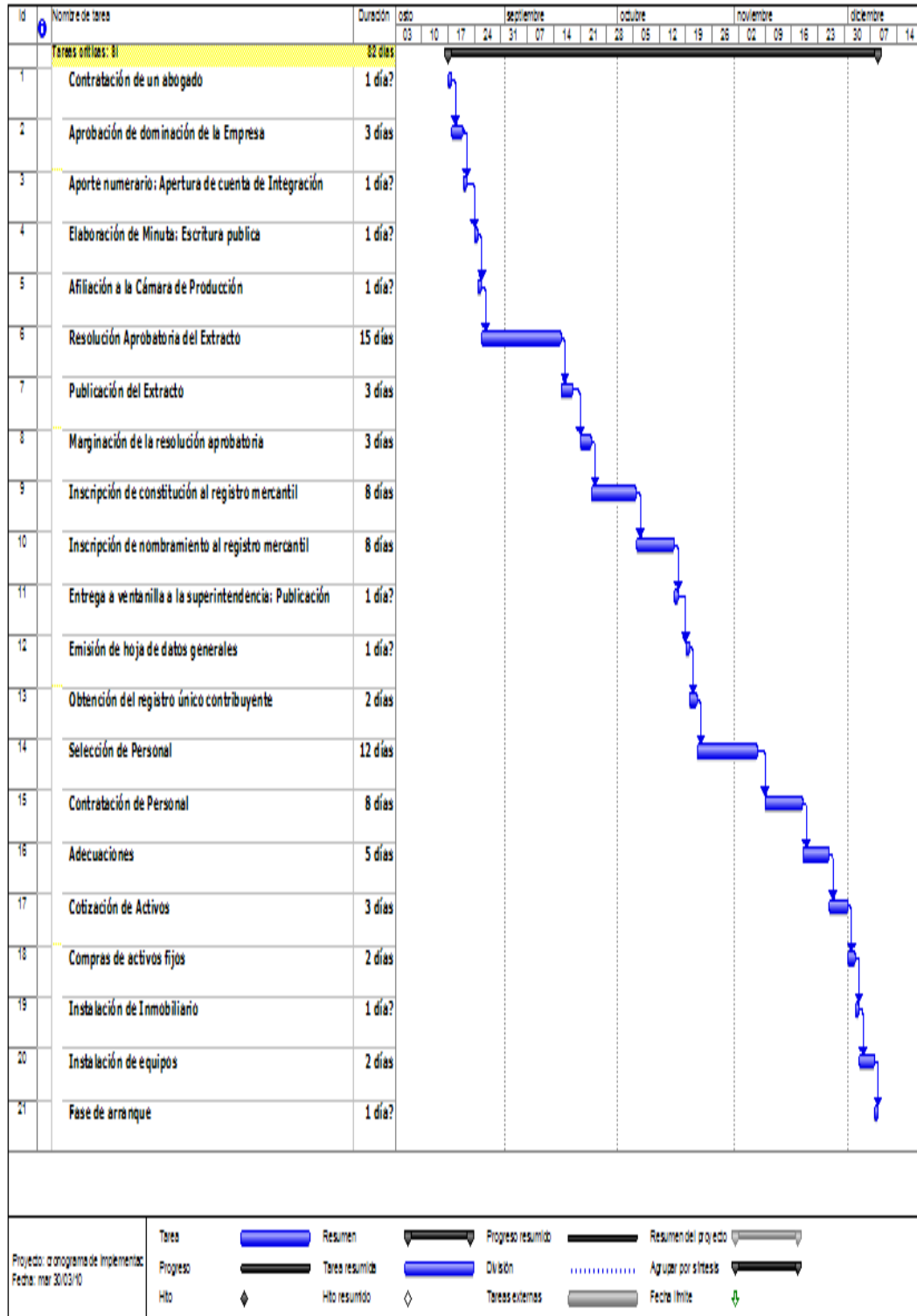
<b>VPN</b>	31.609,82
<b>TIR</b>	65%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova



### 9.3 Cronograma de Implementación

**GRÁFICO No. 22**  
**CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yelena Casanova

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**CRM.-** Customer Relationship Management que traducido literalmente al castellano significa “gestión de las relaciones con los clientes”, es un modelo de gestión de toda la organización, basada en la orientación al cliente. Software para la administración de la relación con los clientes, sistemas informáticos de apoyo a la gestión de las relaciones con los clientes, a la venta y al marketing. Con este significado CRM se refiere al sistema que administra un data warehouse (*almacén de datos*) con la información de la gestión de ventas y de los clientes de la empresa.

**OPENSOURCE.-**Código abierto es el término con el que se conoce al software distribuido y desarrollado libremente. El código abierto tiene un punto de vista más orientado a los beneficios prácticos de compartir el código que a las cuestiones éticas y morales las cuales destacan en el llamado software libre.

**LICENCIA (DE SOFTWARE).-**Una licencia de software es un contrato entre el licenciante (autor/titular de los derechos de explotación/distribuidor) y el licenciataria del programa informático (usuario consumidor /usuario profesional o empresa), para utilizar el software cumpliendo una serie de términos y condiciones establecidas dentro de sus cláusulas.

**MYSQL.-** Es un sistema de gestión de bases de datos relacional, multihilo y multiusuarios con más de seis millones de instalaciones. MySQL AB desde enero de 2008 una subsidiaria de Sun

Microsystems y ésta a su vez de Oracle Corporation desde abril de 2009 desarrolla MySQL como software libre en un esquema de licenciamiento dual.

**WINDOWS.-** Es el nombre de una familia de sistemas operativos desarrollados y vendidos por Microsoft. Microsoft introdujo un entorno operativo denominado Windows el 20 de noviembre de 1985 como un complemento para MS-DOS en respuesta al creciente interés en las interfaces gráficas de usuario.

**WEB.-** En informática, la World Wide Web (WWW) o Red informática mundial es un sistema de distribución de información basado en hipertexto o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet. Con un navegador web, un usuario visualiza sitios web compuestos de páginas web que pueden contener texto, imágenes, vídeos u otros contenidos multimedia, y navega a través de ellas usando hiperenlaces.

**APACHE.-**El servidor HTTP Apache es un servidor web HTTP de código abierto, para plataformas Unix (BSD, GNU/Linux, etc.), Microsoft Windows, Macintosh y otras, que implementa el protocolo HTTP/1.1<sup>2</sup> y la noción de sitio virtual. Cuando comenzó su desarrollo en 1995 se basó inicialmente en código del popular NCSA HTTPd 1.3, pero más tarde fue reescrito por completo. Su nombre se debe a que Behelendorf quería que tuviese la connotación de algo que es firme y enérgico pero no agresivo, y la tribu Apache fue la última en rendirse al que pronto se convertiría en gobierno de EEUU, y en esos momentos la preocupación de su grupo era que llegasen las empresas y "civilizasen" el paisaje que habían creado los primeros ingenieros de internet.

**TOPOLOGÍA DE RED.**-Se define como una familia de comunicación usada por los computadores que conforman una red para intercambiar datos. El concepto de red puede definirse como "conjunto de nodos interconectados". Un nodo es el punto en el que una curva se intercepta a sí misma. Lo que un nodo es concretamente, depende del tipo de redes a que nos refiramos.

**MARKETING RELACIONAL.**- Es la actividad del marketing que tiene el fin de generar relaciones rentables con los clientes.

**IESS.**- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) es el organismo ecuatoriano encargado de brindar la seguridad social, tiene su sede principal en la ciudad de Quito, funcionando en casi todas las capitales del país.

**SRI.**- El Servicio de Rentas Internas (SRI) del Ecuador es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

**TIR.**- La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

**VAN.-** También conocido como valor actualizado neto (en inglés net presentvalue), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

**ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.-**Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ( $IT = CT$ ). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

**ANEXOS**

**ANEXO No. 1****CUESTIONARIO PARA ADMINISTRADORES DE RENTADORAS Y  
CONCESIONARIAS****INFORMACIÓN DE IDENTIFICACIÓN**

---

La finalidad de esta encuesta es saber que tan factible sería la posibilidad de instalar una Consultora para la implementación de una aplicación informática de Gestión de las Relaciones con Clientes, en la ciudad de Guayaquil, para lo cual solicitamos de su colaboración con las respuestas del siguiente cuestionario.

---

**INFORMACIÓN DE CLASIFICACIÓN**

**SEGMENTO DE MERCADO:** Concesionarias y Rentadoras  
**CIUDADES ENCUESTADAS:** Guayaquil, Cuenca y Quito  
**NIVEL DE NEGOCIO:** Medio alto - Alto

**INFORMACIÓN BÁSICA**

Las preguntas que se exponen a continuación cuentan con un ítem de respuesta, usted deberá seleccionar con cual está de acuerdo en caso de no estar de acuerdo con ninguno de estos explique su razón.

**1. ¿Posee su empresa un programa para la administración de datos de sus clientes?**

- Si
- No

**2. ¿Es necesario para su empresa el buen almacenamiento de la información de sus clientes?**

- Necesario
- No necesario

3. ¿Sabe usted que hay a su disposición un programa de almacenamiento, que adicionalmente le permite filtrar información de sus clientes para implementar una campaña de marketing?

- Si
- No

4. ¿Tiene presupuesto para invertir en la licencia del programa?

5. ¿Conoce usted el costo para implementar LA ADMINISTRACION DE INFORMACION?

6. ¿Hay alguna empresa en su target que haga uso del programa: administración de información de sus clientes?

7. Actualmente como y donde almacena la base de datos de sus clientes?

8. Considera el término "Administrador de información de clientes"? adecuado para el programa en cuestión.

9. Considera que las cualidades del programa "Administrador de información de clientes" deben ser:

- Simplicidad
- Facilidad de uso
- Seguridad
- Organización
- Otro Especifique

10. A su criterio, la mejor manera de recibir información sobre este producto debe ser:

- Internet
- Medios de comunicación
- Folletos
- Muestras



## ANEXO No. 2

### RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

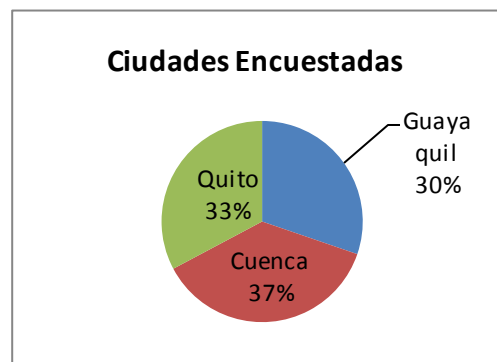
#### TABLA DE PREGUNTAS

1. ¿Posee su empresa un programa para la administración de datos de sus clientes?
2. ¿Es necesario para su empresa el buen almacenamiento de la información de sus clientes?
3. ¿Sabe usted que hay a su disposición un programa de almacenamiento, que adicionalmente le permite filtrar información de sus clientes para implementar una campaña de marketing?
4. ¿Tiene presupuesto para invertir en la licencia del programa?
5. ¿Conoce usted el costo para implementar LA ADMINISTRACIÓN DE INFORMACIÓN?
6. Hay alguna empresa en su target que haga uso del programa: administración de información de sus clientes?
7. Actualmente ¿Cómo y dónde almacena la base de datos de sus clientes?
8. ¿Considera el término "Administrador de información de clientes" adecuado para el programa en cuestión?
9. Considera que las cualidades del programa "Administrador de información de clientes" deben ser:
10. A su criterio, la mejor manera de recibir información sobre este producto debe ser :

## CUESTIONARIO

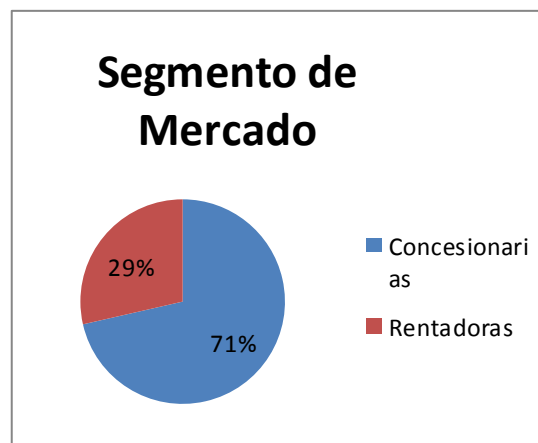
### CIUDADES ENCUESTADAS

Parroquias	Cant.	%
Guayaquil	36	30%
Cuenca	44	37%
Quito	39	33%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>



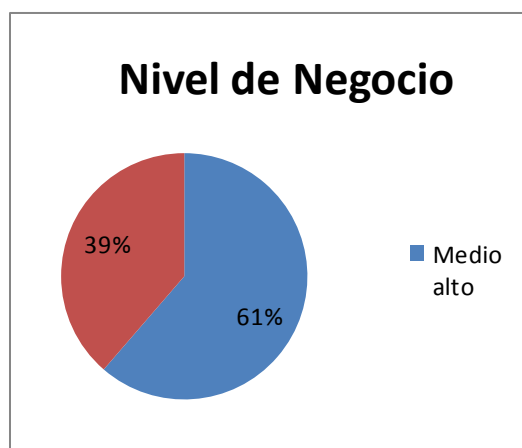
### SEGMENTOS DE MERCADO

Mercado	Cant.	%
Concesionarias	85	71%
Rentadoras	34	29%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>



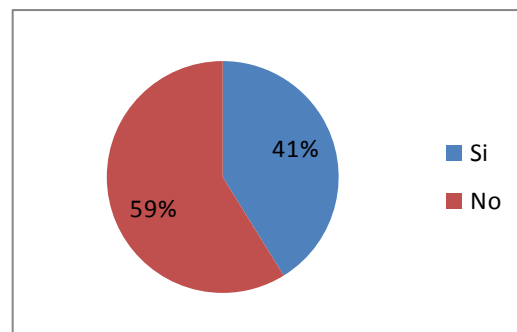
### NIVEL DE NEGOCIO

Mercado	Cant.	%
Medio alto	73	61%
Alto	46	39%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>



### 1. ¿Posee su empresa un programa para la administración de datos de sus clientes?

Opciones	Cant.	%
Si	49	41%
No	70	59%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

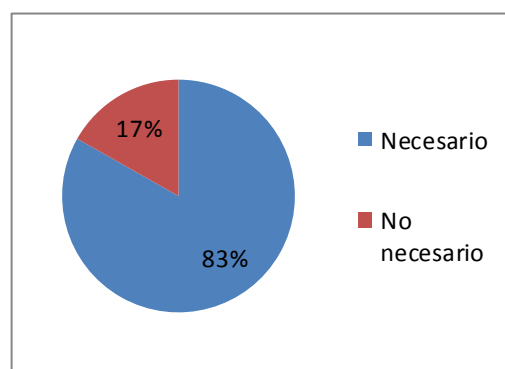


#### Análisis:

Como podemos observar en el gráfico el 59% de las concesionarias y rentadoras de vehículos encuestadas nos indicaron que su empresa no posee un programa para la administración de datos, de todos los 119 establecimientos encuestados tenemos un 41% que si cuenta con un programa para la administración de datos de sus clientes.

### 2. ¿Es necesario para su empresa el buen almacenamiento de la información de sus clientes?

Opciones	Cant.	%
Necesario	99	83%
No necesario	20	17%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>



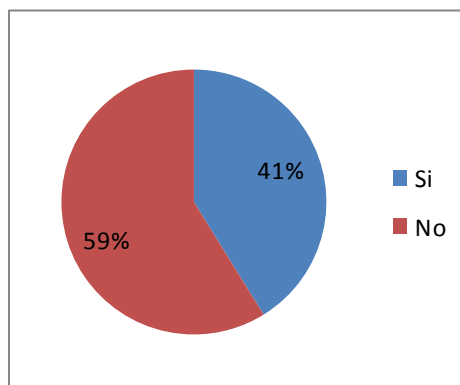
#### Análisis

Tomando en consideración este gráfico nos damos cuenta que un 83% de concesionarias y rentadoras de vehículos, creen necesario para su

empresa el buen almacenamiento de la información de sus clientes y solo el 17% cree que no sea necesario esto.

**3. Sabe usted que hay a su disposición un programa de almacenamiento, que adicionalmente le permite filtrar información de sus clientes para implementar una campaña de marketing?**

Opciones	Cant.	%
Si	49	41%
No	70	59%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

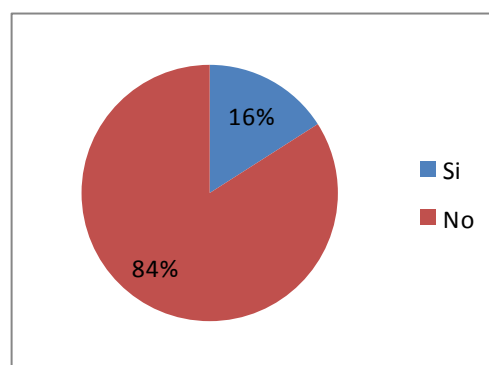


**Análisis**

En el gráfico observamos un 59% de concesionarios y rentadoras encuestadas no conocen que exista un programa de almacenamiento que permita filtrar información de sus clientes para implementar una campaña de marketing pero hay un 41% de concesionarios y rentadoras que si conocen de la existencia de este programa de almacenamiento con esa característica.

**4. ¿Tiene presupuesto para invertir en la licencia del programa?**

Opciones	Cant.	%
Si	19	16%
No	100	84%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

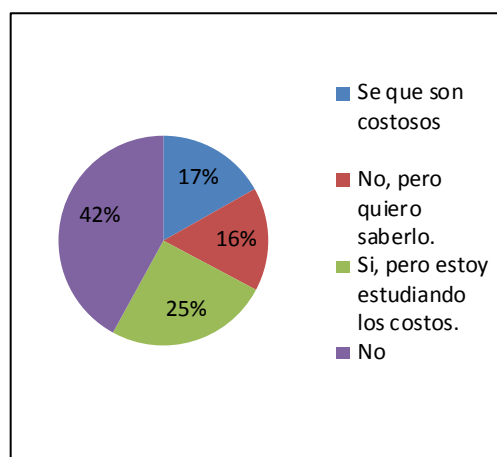


### Análisis

Tomando en cuenta el gráfico un 84% de concesionarios y rentadoras de vehículos encuestadas no tienen presupuesto para invertir en la licencia del programa y hay un 16% que si invertiría en licencia por considerarlo productivo para su empresa.

### 5. Conoce usted el costo para implementar LA ADMINISTRACION DE INFORMACION?

Opciones	Cant.	%
Se que son costosos	20	17%
No, pero quiero saberlo.	19	16%
Si, pero estoy estudiando los costos.	30	25%
No	50	42%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

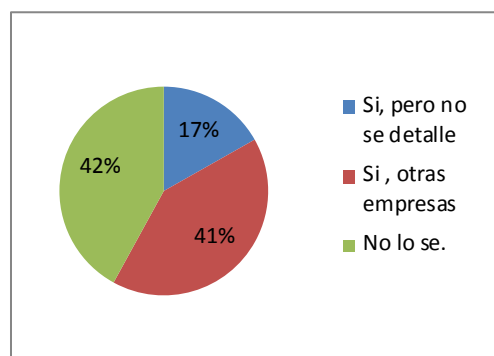


### Análisis

Si observamos el gráfico que un 42% no conoce el costo para implementar la administración de información, un 16% no conoce pero quiere saberlo; un 17% considera que es costosa la implementación de la administración de información y el 25% restante conoce los costos pero está evaluando para invertir.

**6. Hay alguna empresa en su target que haga uso del programa: administración de información de sus clientes?**

Opciones	Cant	%
Si, pero no se detalle	20	17%
Si, otras empresas	49	41%
No lo se.	50	42%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

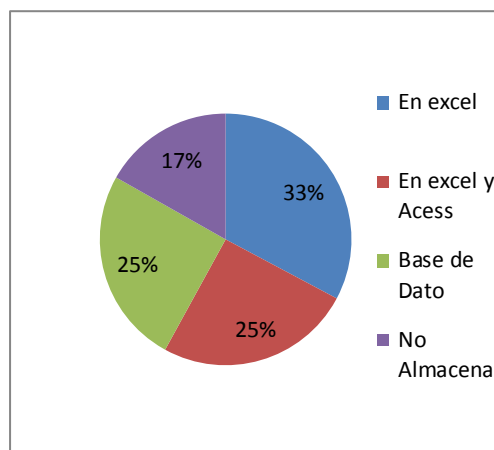


**Análisis**

Como podemos observar un 42% no sabe si alguna empresa de su target haga uso del programa administración de sus clientes, el otro 41% si sabe que otras empresas lo usan y el 17% si sabe pero no conoce detalles.

**7. Actualmente como y donde almacena la base de datos de sus clientes?**

Opciones	Cant.	%
En Excel	39	33%
En Excel y Access	30	25%
Base de Datos	30	25%
No Almacena	20	17%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

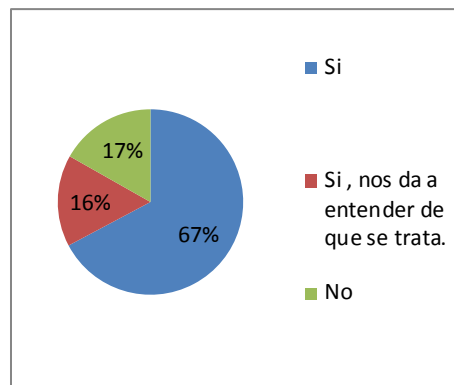


**Análisis**

Tomando en cuenta el gráfico tenemos que el 33% de las concesionarias y rentadoras encuestadas almacenan sus datos en Excel, el 25 % en Excel y en Access, el 17 % no almacena los datos y el 25 % restante los almacena en base de datos.

**8. Considera el término “Administrador de información de clientes” ? adecuado para el programa en cuestión.**

Opciones	Cant.	%
Si	80	67%
Sí, nos da a entender de qué se trata.	19	16%
No	20	17%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>1100%</b>



**Análisis**

Viendo el gráfico podemos darnos cuenta que un 67% de 119 concesionarios y rentadoras encuestadas si consideran adecuado el término administración de información de clientes para el programa; el 16% si considera adecuado y cree que nos da a entender de que se trata, y el 17% restante no lo considera adecuado ese término para el programa.

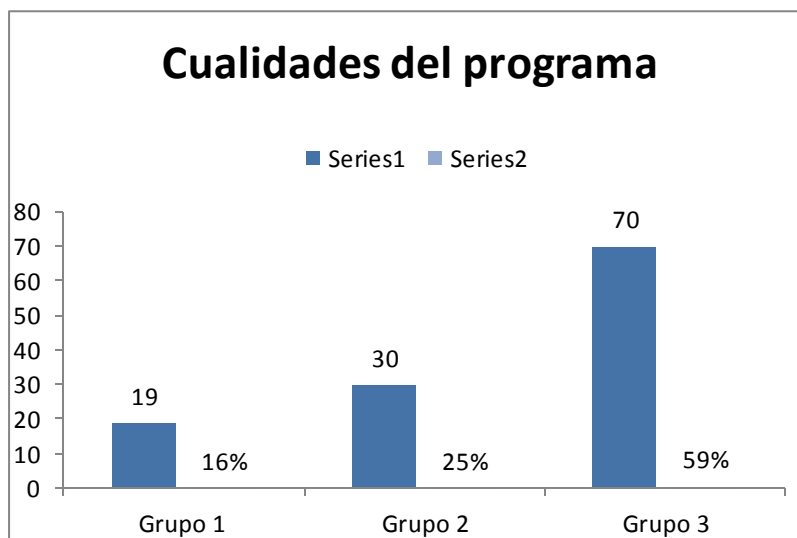
**9. Considera que las cualidades del programa “Administrador de información de clientes” deben ser:**

Opciones	Cant.	%
Grupo 1	19	16%
Grupo 2	30	25%
Grupo 3	70	59%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

Grupo 1 = Simplicidad, seguridad y organización.

Grupo 2 = Simplicidad, facilidad de uso, seguridad y utilidad.

Grupo 3 = Facilidad de uso, seguridad y organización.



### Análisis

En nuestro gráfico vemos que el 59% de las rentadoras y concesionarias encuestadas consideran que las cualidades del programa debe ser facilidad de uso, seguridad y organización, el 25%

Consideran prioritarias las cualidades simplicidad, facilidad de uso, seguridad y utilidad; el otro 16% restante considera mejor las cualidades simplicidad, seguridad y organización.

**10. A su criterio, la mejor manera de recibir información sobre este producto debe ser:**

Opciones	Cant	%
<b>Grupo 1</b>	<b>50</b>	<b>42%</b>
<b>Grupo 2</b>	<b>20</b>	<b>17%</b>
<b>Grupo 3</b>	<b>19</b>	<b>16%</b>
<b>Grupo 4</b>	<b>30</b>	<b>25%</b>
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

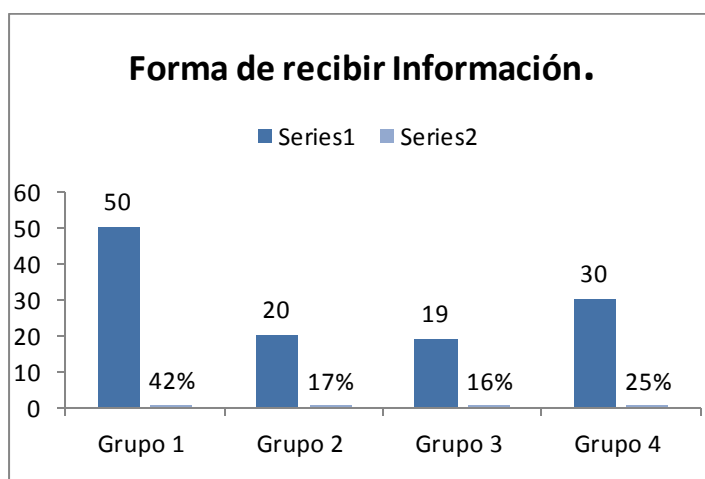
Grupo 1 = Internet, medios de comunicación y folletos

Grupo 2 = Folletos y muestras.

Grupo 3 = Internet y folletos.

Grupo 4 = Internet y medios de comunicación.





### **Análisis**

Si observamos el gráfico nos damos cuenta que un 42% de las concesionarias y rentadoras encuestados quieren recibir la información por medio de internet, medios de comunicación y folletos; el 17% prefieren folletos y muestras; el 16% por medio de internet y folletos; y el 25% solo quieren por internet y medios de comunicación.

## ANEXO No.3

## ENCUESTA

11. Posee su empresa un programa para la administración de datos de sus clientes?

Sí

No

12. ¿Es necesario para su empresa el buen almacenamiento de la información de sus clientes?

Necesario

No necesario

13. Sabe usted que hay a su disposición un programa de almacenamiento, que adicionalmente le permite filtrar información de sus clientes para implementar una campaña de marketing?

Sí

No

14. ¿Tiene presupuesto para invertir en la licencia del programa?

15. Conoce usted el costo para implementar LA ADMINISTRACION DE INFORMACION?

16. ¿Hay alguna empresa en su target que haga uso del programa: administración de información de sus clientes?

17. Actualmente ¿Cómo y dónde almacena la base de datos de sus clientes?

18. ¿Considera el término "Administrador de información de clientes" adecuado para el programa en cuestión?

19. Considera que las cualidades del programa "Administrador de información de clientes" deben ser

- Simplicidad
- Facilidad de uso
- Seguridad

- **Organización**
- **Otro Especifique**

**20. A su criterio, la mejor manera de recibir información sobre este producto debe ser**

- **Internet**
- **Folletos**
- **Medios de comunicación**
- **Muestras**

## BIBLIOGRAFÍA

- Amat, O. (2011).** *ANALISIS INTEGRAL DE EMPRESAS: Claves para un chequeo completo.* Barcelona: Profit Editorial.
- Barajas, A. (2008).** *Finanzas para no financistas.* Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Borello, A. (1994).** Análisis de FODA. En *El plan de negocios.* Juan Bravo, Madrid, España : Diaz de Santos S.A.
- Carneiro, M. (2010).** *Dirección Estratégica Innovadora Pero, ¿Hay Vida Después de Porter?* La Coruña, España : Netbiblo S.L.
- Clark, T. (2010).** *Tu modelo de negocio.* New Jersey: Grupo Planeta.
- Crespo, D. F. (Septiembre de 2008).** *Estrategias de mercadeo de CRM (Customer Relationship Management) aplicadas al área comercial de VitalCard.* Recuperado el Octubre de 2011, de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10733/1/35611\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10733/1/35611_1.pdf)
- Eslava, J. d. (2010).** *Las claves del análisis económico-financiero de la empresa.* Madrid: Esic Editorial .
- Frances, A. (2006).** *Estrategia y Planes para la Empresa con el Cuadro de Mando Integral.* Mexico S.A. de C.V.: Pearson educacion de Mexico S.A. de C.V.
- García, J. B. (1992).** *Teleinformática y redes de computadores.* Barcelona : MARCOMBO S.A. .

- Hernández, C. (2007).** *Análisis Administrativo. Técnicas Y Métodos.* Costa Rica: EUNED.
- INEC. (2011).** *Instituto Nacional Estadística y Censos .* Recuperado el Septiembre de 2011, de <http://www.inec.gob.ec/home/>
- Jha, L. (2008).** *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT STRATEGIC APPROACH.* Darya GanJ, New Delhi - 110 002: Global India Publications.
- Jiménez, F. J. (2007).** *Ingeniería Económica.* Cartago: Tecnológica de Costa Rica .
- Jordi Ferré Nadal, J. M. (1997).** *Los Estudios de Mercado: Cómo Hacer un Estudio de Mercado de Forma Práctica.* Juan Bravo, MADRID: Ediciones Diaz de Santos, S.A.
- Kaila, I. (2009).** *Global CRM strategy.* San Jose, CA USA, California , USA : Gartner Inc.
- Ponsati, E. G. (2005).** *Gestión de la calidad.* Cataluña: Universidad Politécnica de Cataluña.
- Salesiana, U. P. (2010).** *Aspecto Legal y Organizacional de la Empresa.* Recuperado el 2011, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1379/7/CAPITULO%206.pdf>
- SUGAR CRM, C. (Abril de 2004).** *Sugar CRM.* Recuperado el Noviembre de 2011, de <http://www.sugarcrm.com>