



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TEMA:**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL CRECIMIENTO DE LA MICROEMPRESA  
F.S. TECNOLOGIC”**

**TUTOR:**

**MSc. WLADIMIR ALBERTO DEL ROSARIO ALVARADO**

**AUTOR:**

**ANGEL ALBERTO JARA RUIZ**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**2017**



## REPOSITORIO



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



### *REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA*

#### FICHA DE REGISTRO DE TESIS

**TITULO Y SUBTITULO:**

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL CRECIMIENTO DE LA MICROEMPRESA F.S.  
TECNOLOGIC

**AUTOR/ES:**

ANGEL ALBERTO JARA RUIZ

**REVISORES:**

MSc. WLADIMIR ALBERTO DEL  
ROSARIO ALVARADO

**INSTITUCIÓN:**

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE  
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

**FACULTAD:**

ADMINISTRACIÓN

**CARRERA:**

INGENIERÍA COMERCIAL

**FECHA DE PUBLICACIÓN:****N. DE PAGS:**

119

**ÁREAS TEMÁTICAS:**

Proyecto

**PALABRAS CLAVE:**

Plan estratégico

Crecimiento de microempresa

Microempresa

Servicios tecnológicos

**RESUMEN:**

Este proyecto tiene como objetivo ayudar a aquellas personas emprendedoras y dueños de microempresas en el área tecnológica, a que pierdan el miedo de invertir en su negocio ya sea dándole apertura o haciéndolo crecer. Con la globalización de por medio y el cambio acelerado en la tecnología, es necesario aprovechar los distintos mecanismos de comunicación para consolidar nuestras aspiraciones de progreso y manteniendo cautela en la toma de decisiones ya sea organizativo y financiero.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: ANGEL ALBERTO JARA RUIZ	Teléfono: 0994792707 2373483	E-mail: <a href="mailto:angel.albert.3@gmail.com">angel.albert.3@gmail.com</a> <a href="mailto:angel_albert_3@hotmail.com">angel_albert_3@hotmail.com</a>
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MGS. Darwin Ordoñez Iturralde, DECANO Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: <a href="mailto:dordonezy@ulvr.edu.ec">dordonezy@ulvr.edu.ec</a>  MSC. Oscar Machado Álvarez, DIRECTOR DE LA CARRERA Teléfono: 2596500 EXT. 203 E-MAIL: <a href="mailto:omachado@ulvr.edu.ec">omachado@ulvr.edu.ec</a>	

**Quito:** Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

El estudiante/egresado **Jara Ruíz Angel Alberto**, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a lo suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mi derecho patrimonial y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de la Creación de un Plan Estratégico para el Crecimiento de la Microempresa F.S. Tecnologic.

Autor:

---

ANGEL ALBERTO JARA RUIZ

C.I. 0920680238

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor(a) del PLAN ESTRATÉGICO PARA EL CRECIMIENTO DE LA MICROEMPRESA F.S. TECNOLOGIC, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “*PLAN ESTRATÉGICO PARA EL CRECIMIENTO DE LA MICROEMPRESA F.S. TECNOLOGIC*”, presentado por el estudiante **ANGEL ALBERTO JARA RUIZ** como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERO COMERCIAL, encontrándose apto para su sustentación

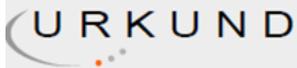
Firma:

---

**WLADIMIR ALBERTO DEL ROSARIO ALVARADO**

C.I. 0912819646

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** PROYECTO DE TESIS - ANGEL JARA.docx (D30814683)  
**Submitted:** 9/27/2017 1:35:00 AM  
**Submitted By:** rfloresm@ulvr.edu.ec  
**Significance:** 2 %

### Sources included in the report:

1495420431\_328\_182-direccion-de-marketing-philip-kotler.pdf (D28532202)  
archivofinal.docx (D20641393)  
<http://www.tbolivariano.edu.ec/trabajos-de-graduacion?download=14:susana-natalia-cuenca-jim%C3%A9nez>  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8622/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-381.pdf>  
<http://tecnologia-facil.com/que-es/cable-utp-cable-de-red/>  
<https://www.digitalife.com.mx/producto/17159/pinza-ponchadora-de-impacto-para-jacks-y-terminal-blocks-tc-pdt>  
<http://redes23.webnode.es/tercer-parcial/>  
<https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/empleador>  
<https://www.3ciencias.com/revistas/revista/3c-empresa-volumen-5-numero-1-edicion-25/>

### Instances where selected sources appear:

12

## **Dedicatoria**

Este proyecto se lo dedico primero a Dios Todopoderoso fuente de mi fe y motor de todo lo que hago, quien me dio la fortaleza para no desmayar y que con sus bendiciones me dio la sabiduría para poder culminar este ciclo tan anhelado por mí y mis seres queridos.

A mi madre Elena Ruiz Freire, quien ha sido mi ejemplo de lucha, perseverancia y amor para alcanzar esta meta de ser un profesional y sobretodo el de ser mejor persona cada día,

A mis tías Ginger Ruiz Freire y Gloria Ruiz Freire, quienes son como mis madres y como tal, me han cuidado y apoyado siempre de manera incondicional.

Angel Jara Ruiz

## **Agradecimiento**

Agradecido a Dios por tantas bendiciones y tanta sabiduría que me brindó para tomar las decisiones correctas en este proyecto, las fuerzas para no decaer y la templanza para corregir las malas decisiones y salir adelante con honestidad.

A mi madre y mis tías por todo su apoyo desde que inicié mis estudios hasta la actualidad, gracias por ser mis pilares fundamentales para alcanzar este logro tan anhelado, a mi hermano David por su colaboración y ayuda oportuna, muchas gracias.

Gracias Roxana Reyes por tu constante apoyo en muchos momentos difíciles que pasé en este proceso muy largo. Gracias por ayudarme alcanzar esta meta tan importante para mí.

Agradezco a Dios por tener tantos buenos amigos que estuvieron cerca de mí impulsándome con sus buenas energías, sus palabras de ánimos, sus oraciones y bendiciones. Gracias a mis amigos de curso y ahora colegas que estuvieron desde el principio de esta travesía, que fueron equipo de trabajo, compañeros de lucha y sobretodo amigos incondicionales en los momentos más complejos y difíciles que pude pasar.

Gracias Universidad Laica Vicente Rocafuerte por haberme dado la oportunidad de conocer a mis guías de estudio, aquellos que se encuentran y aquellos que ya no, muchas gracias. Sin dejar de lado aquellos maestros y ahora amigos, que siempre me dieron su apoyo dentro y fuera de la institución, mi agradecimiento será eterno.

Angel Jara Ruiz

## Índice general

### REPOSITORIO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	IV
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	V
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO .....	VI
Dedicatoria.....	VII
Agradecimiento .....	VIII
Índice general .....	IX
Índice de figuras .....	XVI
Índice de gráficos.....	XVI
Índice de imágenes .....	XVII
Índice de tablas .....	XVIII
Índice de anexos .....	XX
Introducción.....	1
CAPÍTULO I.....	2
Diseño de la investigación.....	2
1.1. Tema de investigación .....	2
1.2. Planteamiento del problema de investigación.....	2
1.3. Formulación del problema de investigación .....	3
1.4. Sistematización del problema de investigación .....	3
1.5. Justificación de la investigación .....	4
1.6. Objetivos.....	4
1.6.1. Objetivo general .....	4
1.6.2. Objetivos específicos.....	5
1.7. Delimitación de la investigación.....	5
1.8. Ideas a defender .....	5
1.8.1. General.....	5

1.8.2. Específicas .....	6
CAPÍTULO II.....	7
Marco teórico.....	7
2.1. Antecedentes .....	7
2.1.1. Análisis sobre las microempresas en el Ecuador.....	7
2.1.2. La estructura y dinamismo productivo del Ecuador.....	11
2.1.3. Breve reseña del internet y la tecnología en el Ecuador.....	13
2.2. Antecedentes de la microempresa F.S. Tecnologic .....	14
2.3. Bases teóricas.....	16
2.3.1. Plan estratégico.....	16
2.3.1.1. Factibilidad.....	18
2.3.1.2. Objetividad y cuantificación .....	18
2.3.1.3. Flexibilidad.....	18
2.3.1.4. Unidad .....	18
2.3.1.5. Del cambio de estrategias.....	19
2.3.2. Fases de elaboración de un plan estratégico .....	19
2.3.2.1. El análisis estratégico .....	19
2.3.2.2. La formulación estratégica .....	20
2.3.2.3. La implantación estratégica.....	20
2.3.3. Procesos de un plan estratégico .....	20
2.3.3.1. La filosofía .....	23
2.3.3.2. La visión .....	23
2.3.3.3. La misión.....	23
2.3.3.4. Objetivos .....	24
2.3.4. Análisis del entorno .....	24
2.3.4.1. Entorno externo .....	25
2.3.4.2. Entorno interno.....	25

2.3.5. Matrices de apoyo estratégico .....	25
2.3.5.1. Matriz FODA .....	26
2.3.5.2. Matriz de las cinco fuerzas de Porter .....	26
2.3.5.2.1. Poder de los proveedores.....	27
2.3.5.2.2. Poder de los compradores o clientes .....	28
2.3.5.2.3. Rivalidad entre los competidores presentes .....	28
2.3.5.2.4. Amenaza de nuevos participantes .....	28
2.3.5.2.5. Amenaza de Productos y Servicios Sustitutivos .....	29
2.3.5.3. Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento.....	29
2.3.5.3.1. Estrategia de penetración del mercado.....	30
2.3.5.3.2. Estrategia de desarrollo de productos.....	30
2.3.5.3.3. Estrategia de desarrollo de mercados .....	30
2.3.5.3.4. Estrategia de diversificación .....	31
2.3.6. Estructura organizacional .....	31
2.3.7. Modelos financieros .....	32
2.3.7.1. Análisis de sensibilidad.....	32
2.3.7.2. Tasa mínima atractiva de rendimiento .....	33
2.3.7.3. Análisis de los factores de riesgo .....	33
2.4. Marco legal .....	34
2.4.1. Creación de una empresa en el Ecuador.....	34
2.4.1.1. Tipo de estructura legal de la empresa.....	34
2.4.1.2. Pasos para constituir una empresa.....	34
2.4.1.3. Pasos para obtener la patente municipal .....	35
2.4.1.4. Pasos para la obtención del permiso de funcionamiento del benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil.....	37
2.4.1.5. Pasos para la obtención del registro único de contribuyentes.....	37
2.4.1.5.1. Personas naturales .....	38

2.4.1.5.2. Personas jurídicas o sociedades.....	38
2.4.2. Registros de afiliación en el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)	
38	
2.4.2.1. Pasos para registrarse como empleador en el IESS.....	38
2.4.2.2. Pasos para registrar realizar un aviso de entrada o de salida a un empleado en el IESS	39
2.4.2.2.1. Aviso de entrada – concepto y pasos .....	39
2.4.2.3. Tasas de Aportación .....	40
CAPÍTULO III .....	41
Metodología de la investigación.....	41
3.1. Metodología.....	41
3.1.1 Tipo de investigación.....	41
3.1.1.1. Investigación descriptiva.....	41
3.1.1.2. Investigación explicativa.....	41
3.1.1.3. Investigación documental.....	41
3.1.2. Enfoque de la investigación.....	42
3.1.2.1. Enfoque cualitativo .....	42
3.1.2.2. Enfoque cuantitativo .....	42
3.1.3. Técnicas de investigación.....	43
3.1.3.1. Entrevistas .....	43
3.1.3.2. Encuestas.....	43
3.1.3.3. Bibliográfica / Documental .....	43
3.2. Análisis de la situación actual de la microempresa F.S. Tecnologic.....	44
3.2.1. Análisis interno.....	44
3.2.1.1. Servicios de la microempresa F.S. Tecnologic.....	44
3.2.1.1.1. Cableado estructurado en redes.....	44
3.2.1.1.1.1. Algunos materiales y equipos para cableado estructurado .....	45
3.2.1.1.1.2. Herramientas para cableado estructurado .....	48

3.2.1.1.1.3.	Normas y tipos estandarizados de cableado estructurado .....	48
3.2.1.1.1.4.	Sub-sistemas de cableado estructurado .....	50
3.2.1.1.2.	Soporte técnico en PC .....	52
3.2.1.1.3.	Ventas al por mayor y menor de partes y piezas tecnológicas .....	53
3.2.1.3.	Problemas de la estructura organizacional .....	54
3.2.1.4.	Funciones actuales del personal de la microempresa F.S. Tecnologic	55
3.2.1.3.	Ventas anuales de la microempresa F.S. Tecnologic .....	56
3.2.1.4.	Ventas por Grupo de Clientes (%) .....	57
3.2.1.5.	Porcentajes de Ventas por líneas de Servicios del año 2012 al 2016.	59
3.2.2.	Análisis externo .....	60
3.2.2.1.	Análisis de la competencia directa con relación a F.S. Tecnologic .....	60
3.2.2.2.	Análisis de la competencia indirecta con relación a F.S. Tecnologic .....	61
3.2.2.3.	Análisis de la matriz FODA .....	62
3.2.2.4.	Población y muestra .....	62
3.3.	Análisis de los resultados .....	64
3.3.1.	Análisis de los resultados de la encuesta realizada en la provincia del Guayas (ANEXO #1) .....	64
3.3.1.1.	Conclusión de las encuestas .....	74
3.3.2.	Análisis de las entrevistas realizadas a clientes actuales de la microempresa F.S. Tecnologic (ANEXO #2) .....	75
3.3.2.1.	Conclusión de las entrevistas .....	76
CAPÍTULO IV .....		77
Propuesta .....		77
4.1.	Tema de la propuesta .....	77
4.2.	Elaboración del plan estratégico .....	77
4.2.1.	Misión .....	77
4.2.2.	Visión .....	77
4.2.3.	Objetivos .....	77

4.2.4. Valores de la microempresa .....	78
4.2.5. Normas y políticas del servicio al cliente .....	78
4.2.6. Análisis del mercado .....	78
4.2.7. Estrategias a ejecutar .....	79
4.2.7.1. Estrategia FO, DO, FA, DA .....	80
4.2.7.2. Estrategia con la matriz Ansoff .....	80
4.2.7.3. Estrategia y análisis de las cinco fuerzas de Porter .....	81
4.3. Plan de acción .....	83
4.3.1. Estrategia de publicidad.....	83
4.3.2. Estrategia estructura organizativa.....	85
4.3.3. Estrategia de ventajas competitivas .....	88
4.3.4. Estrategias de ventas.....	89
4.3.5. Estrategias administrativas .....	89
4.4. Presupuestos.....	91
4.4.1. Costo de contratos por servicios prestados.....	91
4.4.2. Costo de capacitación .....	91
4.4.3. Costo de estrategias de publicidad.....	92
4.5. Plan financiero .....	93
4.5.1. Inversión inicial .....	93
4.5.2. Capital de trabajo y ciclo de efectivo.....	93
4.5.3. Gastos administrativos.....	94
4.5.4. Ingreso por ventas.....	95
4.5.5. Gastos de ventas.....	96
4.5.6. Costo Operativo .....	96
4.5.7. Costo total de ventas.....	97
4.5.8. Gastos financieros.....	98
4.6. Estados financiero.....	99

4.6.1. Estados de resultados proyectados .....	99
4.6.2. Flujo de caja proyectado.....	100
4.6.3. Estado de situación financiera proyectado .....	101
4.6.4. Cálculo del TIR y VAN.....	102
4.6.5. Punto de equilibrio.....	103
4.6.6. Análisis de sensibilidad .....	103
4.6.7. Índices de rentabilidad.....	105
4.6.8. Análisis de los factores de riesgo .....	105
Conclusiones.....	106
Recomendaciones .....	107
Bibliografía.....	108
Anexos .....	110

## Índice de figuras

Figura # 1 Ventas y Empleos contra la Estructura Empresarial del Ecuador .....	8
Figura # 2 Definición de tamaño de empresas .....	9
Figura # 3 Estructura de empresas según provincia Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas año 2014.....	9
Figura # 4 Distribución del empleo según tamaño de empresa y afiliación a la seguridad social (En porcentaje) .....	10
Figura # 5 Distribución de firmas según su tamaño Año 2009 y 2014 .....	12
Figura # 6 Distribución Sectorial de las Firmas - Año 2009 y 2014 .....	13
Figura # 7 Principio de Unidad.....	19
Figura # 8 Procesos de Planeación Estratégica .....	21
Figura # 9 Preguntas a las que responde el plan estratégico .....	22
Figura # 10 Matriz FODA .....	26
Figura # 11 Matriz de Las Cinco Fuerzas de Porter .....	27
Figura # 12 La matriz Ansoff .....	29
Figura # 13 Estructura Administrativa de la Microempresa F.S. Tecnologic .....	53

## Índice de gráficos

Gráfico # 1 Ventas Anuales F.S. Tecnologic 2012 - 2016. <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
Gráfico # 2 Cuadro Sectorial de las Pequeñas Empresas en Guayas .....	64
Gráfico # 3 Verificación de Recursos Tecnológicos .....	65
Gráfico # 4 Cantidad de Computadoras Existente.....	66
Gráfico # 5 Verificación de Cableado Estructurado.....	67
Gráfico # 6 Cálculo para Gestionar Venta de Mantenimiento en Redes.....	68
Gráfico # 7 Explotar Mercado sin Servicio de Cableado .....	69
Gráfico # 8 Posición de la Microempresa .....	70
Gráfico # 9 Distribución de Publicidad Actual .....	71
Gráfico # 10 Lealtad del Cliente Actual.....	72
Gráfico # 11 Estudio de Nuevos Mercados .....	73
Gráfico # 12 Medios de Gestión Publicitaria .....	74

## Índice de imágenes

Imagen # 1 Esquema de un Cableado Estructurado en Redes.....	45
Imagen # 2 Cable UTP .....	45
Imagen # 3 Cable STP.....	45
Imagen # 4 Cables de Fibra Óptica .....	45
Imagen # 5 RACK .....	46
Imagen # 6 Switch Hub .....	46
Imagen # 7 Switch Rackeable .....	46
Imagen # 8 Patch Panel .....	46
Imagen # 9 Conector Rj45.....	46
Imagen # 10 Conector de Fibra Óptica LC.....	46
Imagen # 11 Conector JACK Rj45.....	46
Imagen # 12 Patch Cord UTP.....	47
Imagen # 13 Patch Cord Fibra Óptica .....	47
Imagen # 14 Cableado Estructurado de Datos – Pared .....	47
Imagen # 15 Ponchadora Rj45.....	48
Imagen # 16 Ponchadora de Impacto .....	48
Imagen # 17 Ponchadora de Fibra Óptica .....	48
Imagen # 18 Peladora de Cable .....	48
Imagen # 19 Tester de Fibra Óptica .....	48
Imagen # 20 Tester de Cable UTP.....	48
Imagen # 21 Estructura de Red Tradicional .....	50
Imagen # 22 Área de Trabajo .....	51
Imagen # 23 Sub-Sistema Horizontal.....	51
Imagen # 24 PC de Escritorio.....	52
Imagen # 25 Logotipo F.S. Tecnologic .....	84
Imagen # 26 Página de Facebook F.S. Tecnologic.....	84

## Índice de tablas

Tabla 1 Monto de ventas anuales de los años del 2012 al 2016; <b>Error!</b>	<b>Marcador</b>	<b>no</b>
<b>definido.</b>		
Tabla 2 Porcentaje de Ventas por Grupo de Clientes .....		58
Tabla 3 Porcentajes de Ventas por líneas de Servicios del año 2012 al 2016 .....		59
Tabla 4 Ventas Anuales por Tipo de Producto .....		59
Tabla 5 Índice de Precios con la Competencia Directa .....		60
Tabla 6 Índice de Ventas de Partes Tecnológicas con la Competencia Directa .....		61
Tabla 7 Análisis de Matriz FODA - F.S. Tecnologic .....		62
Tabla 8 Cuadro Sectorial de la Pequeñas Empresas en Guayas .....		64
Tabla 9 Verificación de Recursos Tecnológicos .....		65
Tabla 10 Cantidad de Computadoras Existente .....		65
Tabla 11 Verificación de Cableado Estructurado .....		66
Tabla 12 Cálculo para Gestionar Venta de Mantenimiento en Redes .....		67
Tabla 13 Explotar Mercado sin Servicio de Cableado .....		68
Tabla 14 Posición de la Microempresa .....		69
Tabla 15 Distribución de Publicidad Actual .....		70
Tabla 16 Lealtad del Cliente Actual .....		71
Tabla 17 Estudio de Nuevos Mercados .....		72
Tabla 18 Medios de Gestión Publicitaria .....		73
Tabla 19 MATRIZ FODA .....		79
Tabla 20 Estrategia FO, DO, FA, DA .....		80
Tabla 21 Estrategia con la Matriz Ansoff .....		81
Tabla 22 Estrategia de Publicidad F.S. Tecnologic .....		83
Tabla 23 Estrategia Estructural de F.S. Tecnologic .....		85
Tabla 24 Organigrama Propuesto F.S. Tecnologic .....		85
Tabla 25 Funciones del Gerente - Propietario .....		86
Tabla 26 Funciones del Contador Externo .....		86
Tabla 27 Funciones del Jefe Técnico .....		87
Tabla 28 Funciones del Vendedor .....		87
Tabla 29 Funciones de Secretaria/Vendedora .....		88
Tabla 30 Funciones de los Técnicos Externos .....		88

Tabla 31 Estrategia de Ventajas Competitiva.....	88
Tabla 32 Estrategias de Ventas F.S. Tecnologic .....	89
Tabla 33 Estrategias Administrativas F.S. Tecnologic.....	90
Tabla 34 Detalles Contratos de Servicios Prestados .....	91
Tabla 35 Costo de Capacitación .....	91
Tabla 36 Estrategias de Publicidad F.S. Tecnologic .....	92
Tabla 37 Inversión Inicial F.S. Tecnologic .....	93
Tabla 38 Capital de Trabajo F.S. Tecnologic .....	93
Tabla 39 Ciclo de Efectivo F.S. Tecnologic.....	94
Tabla 40 Gastos Administrativos F.S. Tecnologic .....	94
Tabla 41 Ingreso de Ventas F.S. Tecnologic.....	95
Tabla 42 Gastos de Ventas F.S. Tecnologic .....	96
Tabla 43 Costo Operativo F.S. Tecnologic .....	96
Tabla 44 Costo Total de Ventas F.S. Tecnologic .....	97
Tabla 45 Gastos de Inversión F.S. Tecnologic .....	98
Tabla 46 Estado de Resultados Proyectados .....	99
Tabla 47 Flujo de Caja Proyectado.....	100
Tabla 48 Estado de Situación Financiera Proyectados .....	101
Tabla 49 Cálculo de TIR y VAN .....	102
Tabla 50 Punto de Equilibrio.....	103
Tabla 51 Análisis de Sensibilidad .....	104
Tabla 52 Índices de Rentabilidad .....	105
Tabla 53 Análisis de los Factores de Riesgo .....	105

## Índice de anexos

ANEXO #1	Cuestionario de preguntas para Encuestas.....	111
ANEXO #2	Preguntas realizadas en entrevistas a clientes de la microempresa F.S. Tecnologic – Datos de los Entrevistados.....	113
ANEXO #3	Proformas de capacitación en certificación.....	115
ANEXO #4	Proformas de capacitación en CCTV.....	116
ANEXO #5	Proformas de página web y dominio.....	117
ANEXO #6	Proforma de publicidad personalizada.....	118
ANEXO #7	Proforma de servicios contables externos.....	119

## **Introducción**

En el presente proyecto de investigación se muestra un estudio realizado en la microempresa F.S. Tecnologic de la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de conocer los problemas estructurales y la falta de crecimiento administrativo y financiero que existe a pesar de encontrarse en el mercado por algunos años con sus productos de servicios tecnológicos.

En el proceso de la investigación presentamos los planteamientos, formulaciones, sistematizaciones, objetivos y justificaciones del porque se realiza este trabajo de manera detallada.

Se realizó un breve estudio de cómo está estructurada las microempresas en el Ecuador y en qué nivel de importancia productiva se encuentran. También se implementó procedimientos teóricos que deberán ser considerados al realizar los estudios requeridos para el alcance de los objetivos planteados en esta investigación.

Se plantea una metodología acorde con las necesidades previstas dentro de la microempresa F.S. Tecnologic y se muestra la viabilidad en base al análisis de las técnicas e instrumentos que serían utilizables para recabar mayor información del mismo.

Y se propone un mecanismo estratégico estructural, administrativo y financiero que gestione el crecimiento de la microempresa F.S. Tecnologic con bases y proyecciones demostradas en esta investigación.

# CAPÍTULO I

## Diseño de la investigación

### 1.1. Tema de investigación

“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL CRECIMIENTO DE LA MICROEMPRESA F.S. TECNOLOGIC”

### 1.2. Planteamiento del problema de investigación

Con la perspectiva de cubrir necesidades tecnológicas insatisfechas en distintas áreas del sector centro, sur-este y sur-oeste de la ciudad de Guayaquil nace la microempresa F.S. TECNOLOGIC en el año 2008, siendo el representante legal el señor Angel Alberto Jara Ruiz. Se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil en las calles Abel Castillo 1601 y Bolivia, sector poco comercial que permite gestionar las ventas de servicios tecnológicos a las instituciones académicas particulares, microempresas, pequeñas empresas de la ciudad de Guayaquil.

Este mercado meta fue considerado en base a una pequeña investigación de mercado realizada previamente con los objetivos iniciales de lograr el reconocimiento de sus servicios y la generación de fuentes de empleo.

Entre los servicios brindados están los siguientes:

- Cableado estructurado de redes.
- Soporte técnico de PC
- Ventas al por mayor y menor de partes y piezas tecnológicas.

El sector en el que se ha trabajado en el transcurso de 9 años se ha manifestado de manera irregular en los últimos años. Existe una limitada explotación de los recursos o servicios que se brindan y se ha revelado una inconformidad por parte de los clientes con respecto a los servicios que se ofrecen y, a la vez, se observa la no implementación de nuevos productos que pueden ser adaptados dentro del esquema de servicios para cubrir las necesidades de los consumidores. Esto ha generado no poder ampliar su cartera de manera constante o permanente, lo cual ha provocado una disminución de ingresos financieros que son reflejados en las facturaciones de la microempresa F.S. Technologic.

La carencia de una estructura sólida a nivel administrativo, no les ha permitido ser una empresa constituida como persona jurídica, esto limita los procesos con sus clientes y genera falta de confianza que incluye su seriedad organizativa y, por añadidura, se limitan a distintos beneficios financieros y bancarios que pueden favorecer el crecimiento administrativo.

### **1.3. Formulación del problema de investigación**

¿Cómo ha afectado a la microempresa F.S. Technologic el no implementar correctamente la Planificación Estratégica dentro de sus procesos administrativos?

### **1.4. Sistematización del problema de investigación**

- ¿En qué forma podemos determinar los inconvenientes actuales de la microempresa F.S. Technologic?
- ¿Qué estrategias administrativas necesitamos para poder alcanzar los objetivos planteados en la microempresa F.S. Technologic?
- ¿Cómo determinar el plan idóneo para solucionar los problemas estratégicos en la microempresa F.S. Technologic?
- ¿Cuál sería la inversión requerida para implementar un plan estratégico para la microempresa F.S. Technologic?

## **1.5. Justificación de la investigación**

Al hablar de crecimiento empresarial podríamos tomar como idea que pueden ser procesos para mejorar una compañía y que es impulsada a conseguir determinados niveles de éxito. Haciendo un análisis diríamos que, el crecimiento del negocio podría lograrse de dos formas distintas: ya sea aumentando los ingresos percibidos por la organización gracias a una ampliación del volumen en la venta de sus productos o un incremento de los ingresos percibidos por sus servicios.

El plan estratégico es creado con la necesidad de que la microempresa F.S. Tecnologic pueda generar procedimientos viables que ayuden a su producción de servicios y a la vez logre un incremento en sus ingresos, en su estructura organizativa y en sus procesos internos.

En base a los logros propuestos poder mejorar la productividad que conlleve a la ampliación de su lista de clientes captando nuevos mercados y teniendo las oportunidades de crecer como empresa.

Como referencia adicional puntualizamos que la elaboración de este plan estratégico y los resultados que estos conlleven beneficiara a la sociedad en el incremento de áreas y puestos de trabajo a su vez en la economía de la microempresa.

## **1.6. Objetivos.**

### **1.6.1. Objetivo general**

Elaborar un plan estratégico para el crecimiento de la microempresa F.S. Tecnologic.

### **1.6.2. Objetivos específicos**

- Elaborar un análisis de la situación actual de la microempresa.
- Determinar las estrategias de crecimiento que le permitan a la microempresa alcanzar su desarrollo organizacional.
- Diseñar un plan estratégico para establecer los logros y las metas propuestas de crecimiento en la microempresa.
- Elaborar un presupuesto de inversión, ingresos, costos y gastos para determinar la aplicación de la estrategia definida.

### **1.7. Delimitación de la investigación.**

Área	: Gestión empresarial
Campo	: Administrativo
Aspecto	: Crecimiento empresarial
Tiempo	: 2017
Marco espacial	: Microempresa F.S. Tecnologic

### **1.8. Ideas a defender**

#### **1.8.1. General**

La aplicación del plan estratégico propuesto, contribuirá al crecimiento sostenido de la microempresa F.S. Tecnologic.

### **1.8.2. Específicas**

- Al realizar un análisis detallado en los aspectos administrativos, operativo y financiero, con la que se podrá tener una idea más clara de la situación actual de la microempresa.
- Al determinar estrategias específicas para lograr un crecimiento en sus operaciones, podremos también alcanzar su crecimiento estructural y ampliaremos su desarrollo organizacional.
- Al saber con detalle la situación actual que permita diseñar un Plan estratégico, se podrán establecer mecanismos para generar cambios estructurales y de procedimientos.
- En base al desarrollo de un presupuesto de inversión, daremos viabilidad a los análisis, estrategias y planes estratégicos que planteamos.

## CAPÍTULO II

### Marco teórico

#### 2.1. Antecedentes

##### 2.1.1. Análisis sobre las microempresas en el Ecuador

El proceso de crecimiento económico en el Ecuador ha tenido una constante donde las microempresa y pequeñas empresas tienen una gran incidencia en número o cantidades que existe en nuestro país, ya que juntándolas se obtiene el 83,7% de empresas hasta el 2014, que comparadas con los registros del 2009 aumentaron de manera gradual.

Y a pesar de que este grupo numeroso de empresas que han sido consideradas de corta envergadura, su relevancia económica es mínima tanto en sus ventas como en la generación de empleo, así lo manifiesta el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en un informe realizado el 2016 donde manifiesta que:

Las microempresas aglomeraron el 5,4% de empleo registrado y el 0,7% de ventas, a la vez que las pequeñas acumularon el 24,2% de empleo registrado y el 10,8% de ventas. Por su parte, las grandes empresas, a pesar de representar solo el 3,7% del número de firmas, acumulan el 73,3% de las ventas y el 47,8% del empleo. En términos de relevancia económica, las grandes empresas han amentado incluso su participación en ventas (1,6%) y empleo (2,2%). (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)

Es claro manifestar que con las cifras antes indicadas que comprenden al periodo 2014, muestra la diferencia entre empleos y ventas registradas manifestadas entre una microempresa y pequeña empresa, donde las proporciones son realmente considerables. (Figura #1)

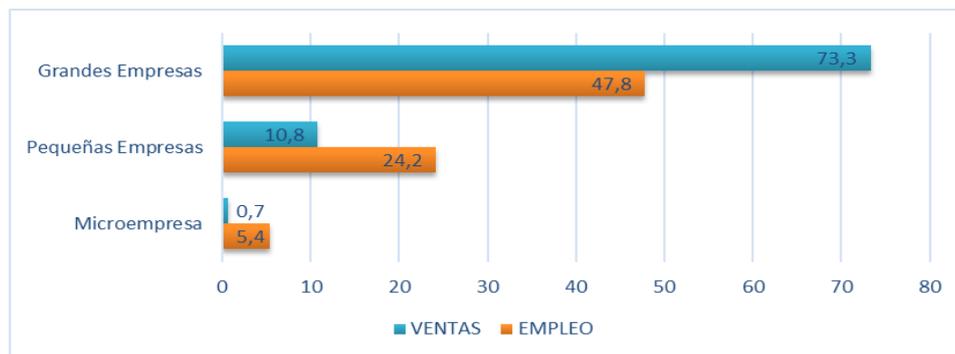


Figura # 1 Ventas y Empleos contra la Estructura Empresarial del Ecuador

Fuente: (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)

El contraste que existe no solo se basa en una estructura organizativa, sino que se amplía a otros aspectos de un negocio como la productividad y las obligaciones sociales que se comprende como un compromiso, tal como el INEC en el siguiente texto:

Esta diferencia entre las empresas de distinto tamaño no solo se evidencia en su participación en la economía, sino también en la productividad que presenta cada tamaño de empresa. Se evidencian amplias diferencias productivas entre las grandes empresas y el resto de empresas. Aproximando la productividad mediante las ventas por empleado, en 2015 la productividad promedio de una microempresa apenas era el 8,9% de aquella de una gran empresa. Esto implica que un trabajador promedio de una gran empresa genera 11 veces más ventas que uno en la microempresa. Las brechas se van cerrando a la vez que aumenta el tamaño de la empresa, pero se mantienen amplias. (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)

A pesar de la gran cantidad de empleos que se manifiesta en las microempresas, su realidad cambia de manera drástica al considerar la afiliación al seguro social de los empleados. Dentro de los manejos estadísticos y de control que existe en el país podemos dar también a conocer como según el tamaño de la empresa también se proyecta los valores de venta que estas pueden generar como promedio en base a las tendencias que se han dado anteriormente en el INEC por medio del Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) que no es más que la fusión de cifras entre el SRI (Servicios de Rentas Internas) y el IESS (Instituto

Ecuatoriano de Seguridad Social). Basándonos en las variables del año 2014 en cuanto a las ventas estimadas y el tamaño de la empresa se saca a conclusión lo siguiente:

<b>Clasificación de las unidades económicas</b>	<b>Volumen de ventas anuales</b>	<b>Personal ocupado</b>
Micro empresa	Menor a US\$100.000	1 A 9
Pequeña empresa	De US\$100.001 a US\$1'000.000	10 A 49
Mediana empresa "A"	De US\$1'000.001 a US\$2'000.000	50 A 99
Mediana empresa "B"	De US\$2'000.001 a US\$5'000.000	100 A 199
Grande empresa	De US\$5'000.001 en adelante	200 en adelante

Figura # 2 Definición de tamaño de empresas

Fuente: (Directorio de Empresas - INEC, 2014)

No obstante, la ENEMDU (Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo) presenta información trunca en los 100 empleados. Por lo tanto, se crea una sola categoría de “Mediana B y Grande Empresa”.

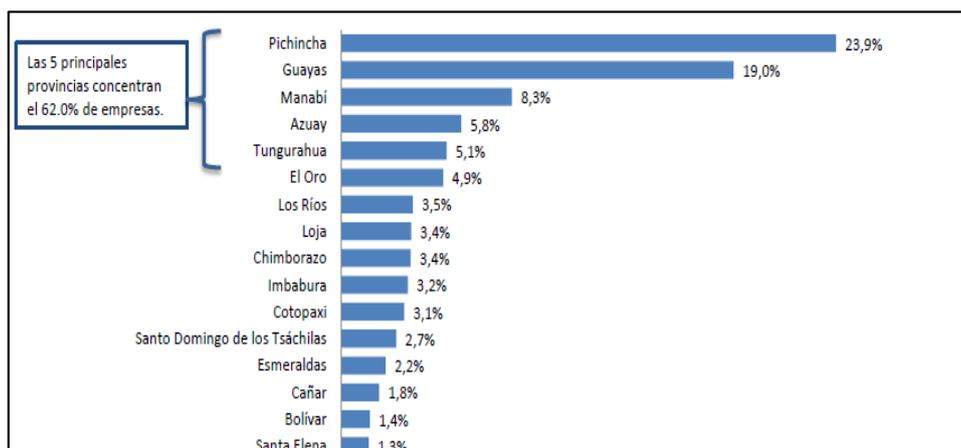


Figura # 3 Estructura de empresas según provincia Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas año 2014

Fuente: (Directorio de Empresas - INEC, 2014)

En la figura # 3 muestra la investigación del DIEE sobre la concentración de empresas existe un 62% en solo 5 provincias en el país, que demuestra la capacidad de generación económica

y de empleo más que todo en Pichincha con el 23,9% y la provincia del Guayas con el 19%. Dentro de las cifras expuestas en la figura # 4 podemos manifestar la poca participación de las microempresas en las aportaciones al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) ya que su capacidad para contratar personal es de 1 a 9 personas dentro del entorno laboral según los reportes realizado hasta el 2014 según el INEC ya presentados en la Figura # 2.

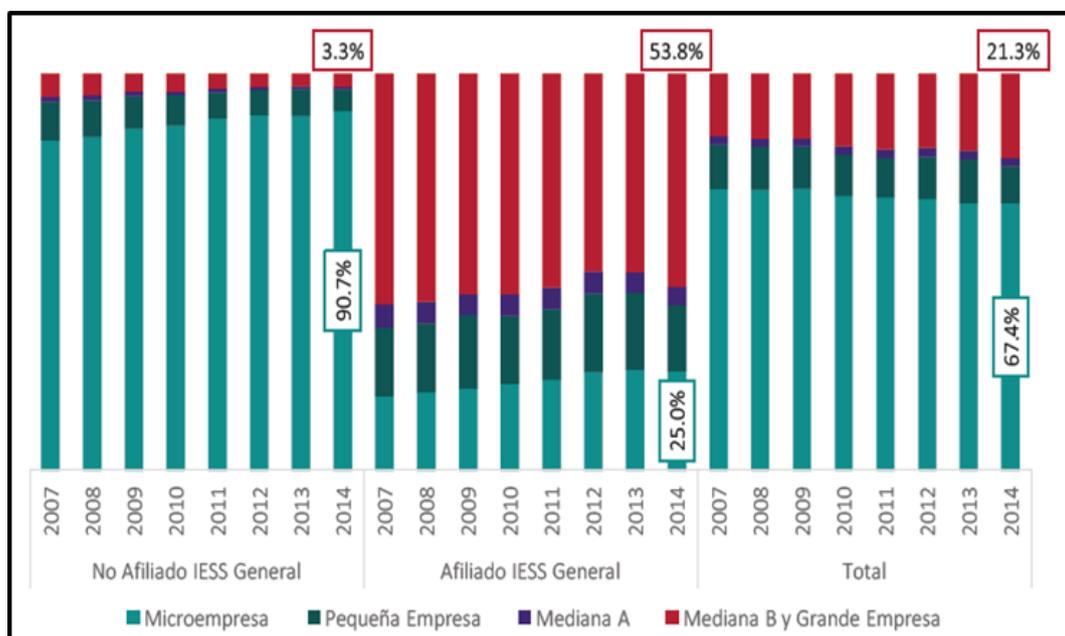


Figura # 4 Distribución del empleo según tamaño de empresa y afiliación a la seguridad social (En porcentaje)

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo-ENEMDU (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)

Esta realidad muestra cómo operan paralelamente dos mercados de trabajo según la formalidad de la relación laboral. Por un lado, existe un conjunto de relaciones laborales no registradas en el IESS, captado mayormente por microempresas, que a su vez se explica por la existencia de trabajadores independientes que tienen un tratamiento distinto respecto a la afiliación según la ley. Del otro lado hay un mercado laboral regulado por el IESS, con las empresas más grandes como principales empleadoras. Contrastando ambos casos, el mercado laboral no registrado en el IESS es más grande que aquel registrado en el IESS, aunque ha ido reduciéndose significativamente desde el 2007” (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015)

En conclusión, al comparar la afiliación a la seguridad social de los trabajadores con el tamaño de las empresas, podemos percatarnos de dos contextos diferentes, los no afiliados al seguro general del IESS están sectorizados en las microempresas, lo que refleja a gran medida la realidad de los trabajadores independientes; mientras que los trabajadores afiliados al IESS se concentran más en las empresas de mayor tamaño.

### **2.1.2. La estructura y dinamismo productivo del Ecuador**

Según las publicaciones del INEC (2015) para el periodo 2009 – 2014 se presentó un análisis sobre los agentes económicos en el Ecuador, donde se manifiesta más claramente como al analizar por tipología de empresas, se observa que en el Ecuador para el 2014 se registraron 94.547 empresas que declaran ventas y empleo. y que estas se dan a conocer como el motor productivo del país.

Tal como se indica en la Figura # 5 se distribuyen de la siguiente manera:

- 29,3% Microempresas
- 54,4% Pequeñas Empresas
- 7,3% Medianas A
- 5,3% Medianas B
- 3,7% Grandes Empresas

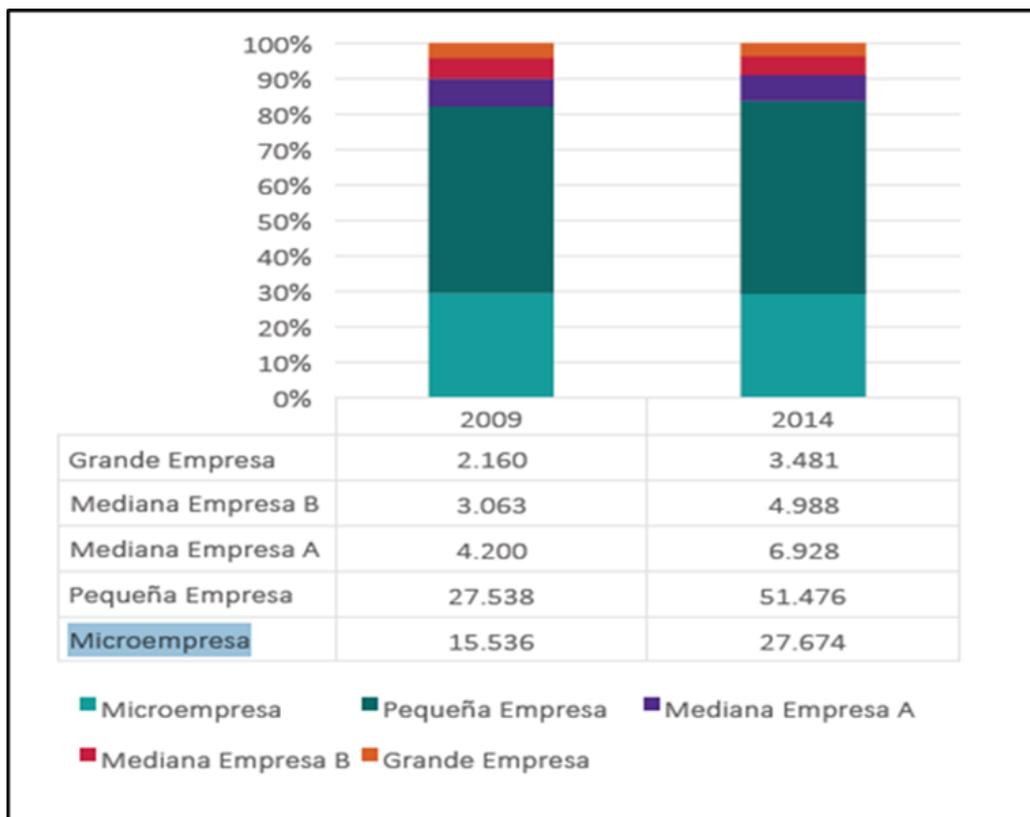


Figura # 5 Distribución de firmas según su tamaño Año 2009 y 2014

Fuente: Laboratorio de Dinámica Laboral y Empresarial, INEC. (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015)

Esta estructura poco ha cambiado entre las cifras del año 2009 hasta el 2014, así como se refleja en el cuadro anterior, esta varía de manera mínima. El comercio es la actividad más representativa desde las pequeñas a grandes empresas y solo las microempresas presentan una mayor participación de los servicios tal como se refleja en el Figura # 6, este sector solo disminuye su peso relativo a medida que las empresas crecen.

Estas gráficas nos guían de manera clara como las microempresas han copado de una u otra manera el sector productivo del país y a la vez aclaramos que el enfoque de las microempresas hacia los servicios directos es cosa normal.

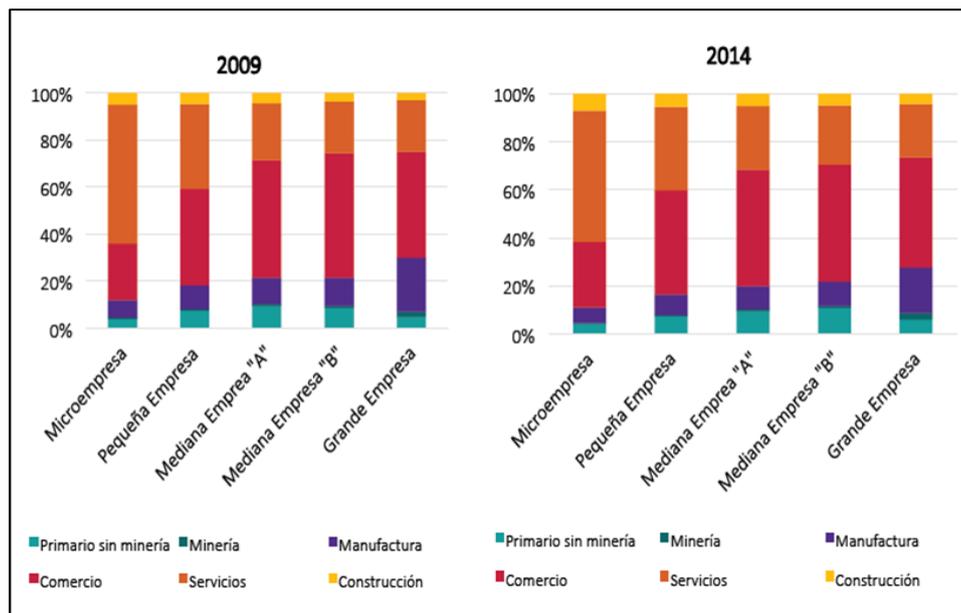


Figura # 6 Distribución Sectorial de las Firmas - Año 2009 y 2014

Fuente: Laboratorio de Dinámica Laboral y Empresarial, INEC. (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015)

De este modo, el 54,8% de microempresas se dedican a los servicios, mientras que este valor cae a 34,9% para las pequeñas, 26,6% para las medianas A, 24,6% para las medianas B y 22,2% para las grandes empresas. Al analizar estas cifras con detenimiento vemos que entre el años 2009 y 2014 no varía mucho la tendencia sobre el porcentaje en el área de servicios que brinda una microempresa o pequeña empresa, y dentro de la perspectiva de negocio que maneja la microempresa F.S. Tecnologic esta tendencia podría variar si su objetivo sea su crecimiento.

### 2.1.3. Breve reseña del internet y la tecnología en el Ecuador

A partir de 1990 la autopista de información llamada Internet llega al Ecuador, generando una convulsión económica considerable en el país, desde el mejoramiento e implementación de los sistemas de información y maquinarias tecnológicas tanto en el sector público como en el privado.

Los primeros en utilizarla fueron el Banco Central del Ecuador y las escuelas Politécnicas. En 1992 se forma Ecuonet, un servicio de dominios que empieza a manejar el Banco del Pacífico y de esta forma comienzan aparecer las primeras redes en el Ecuador. La masificación comienza con la aparición de exploradores y manejos del email (correos electrónicos), con el cual comienza una competencia fuerte con el fax en los años 90. En dicha masificación de usuarios también aumentan los proveedores de este servicio. Ya para el año 2000 el Internet es considerado una prioridad empresarial y académica.

A raíz de esta proliferación, comenzó a ir de la mano un incremento de negocios como cyber cafes, y la utilización de esta herramienta en escuelas, colegios y universidades de nuestro país, hasta llegar a los hogares del Ecuador. Actualmente el internet es una necesidad mas que un lujo, en todos los niveles desde el social, comercial, administrativo, financiero, etc...

El Internet trajo consigo también la masiva adquisición de productos tecnológicos que son indispensables para su utilización como equipos de redes, computadoras, periféricos tangibles e intangibles. Lo que trajo la necesidad de generar empresas capacitadas para brindar servicios profesionales en el area de ventas, tecnológicas y de servicio personalizado, incrementando así plazas de trabajo y mayor capacitación de personal.

## **2.2. Antecedentes de la microempresa F.S. Tecnologic**

En el inicio del años 2000 después de la debacle bancaria en el Ecuador surgió un aumento progresivo de las micro y pequeñas empresas en el país. Personas naturales así denominadas por el SRI (Servicios de Rentas Internas), comenzaron a invertir o ya sea con capital propio o por medio de prestamos, con el unico propósito de salir de la crisis económica en la que estabamos sumergidos.

Esta generación de negocios e inversiones en el sector privado fue parte del crecimiento paulatino de nuestra economía, no en la proporción que deberían pero con la convicción de salir a flote y ser parte de las mejoras que se necesitaban en esos momentos. La ciudad de

Guayaquil ha sido considerada el pulmón económico del país y como tal pilar de este crecimiento.

Desde el año del 2004 hasta el 2006 el propietario de la microempresa F.S. Technologic laboró en el sector de servicios de cableado estructurado en redes, comercialización de productos tecnológicos y soporte técnico de los mismos, primero como asistente técnico, técnico de redes, asistente de compras y distribución hasta ser el encargado del departamento de compras del mismo. Adicionalmente los estudios universitarios que adquirió antes de esas fechas mas la experiencia obtenida a nivel laboral le dieron la idea y el peso suficiente para generar un negocio independiente con la idea de generar recursos propios brindando servicios tecnológicos.

A mediados del año 2007 en la ciudad de Guayaquil, específicamente en el sector centro, sur-este y sur-oeste; el propietario de la microempresa realizo un sondeo verbal ah algunas instituciones educativas públicas, particulares y microempresas que manifestaban un local comercial visible. En este pequeño estudio de mercado saltó a relucir la carencia de servicio o soporte tecnológico que tenían este mercado meta, y también la verificación de su solvencia para poder cubrir estas necesidades de manera inmediata, a excepción de las instituciones públicas que tenían una cierta cantidad de requisitos y filtros para poder resolver sus problemas al momento de cancelar los valores por servicios de manera directa.

Desde este punto de partida, se gestionó un RUC (Registro Unico de Contribuyente) como persona natural y ya con las bases de gestión en compras se pudo generar códigos de distribuidor en algunas empresas reconocidas que comercializan productos tecnológicos al por mayor y menor. Ya con estas bases de gestión la microempresa F.S. Technologic comenzó a comercializar y a fusionar servicios tecnológicos entre las áreas de cableado estructurado en redes, a brindar soporte técnico en computadoras y la promoción de productos tecnológicos al por mayor y menor, apalancándose entre el 70% y 80% de la proforma que se entregaba según los requerimientos del cliente.

En la actualidad la microempresa F.S. Tecnologic sigue en el mercado de servicios tecnológicos a sus clientes llamados fijos y con la idea de ampliarse en el mercado por medio de la captación de potenciales clientes. Para este campo de acción como es la tecnología se necesita una constante actualización de conocimientos y sobretodo de las tendencias que surgen día a día. Lamentablemente en los últimos periodos se ha presentado un declive en sus ventas, debidos a la poca publicidad que se realiza, la competencia y la desorganización administrativa.

## **2.3. Bases teóricas**

### **2.3.1. Plan estratégico**

Dentro de los tantos conceptos que podemos encontrar sobre el significado de un plan estratégico debemos considerar el por qué realizarlo y principalmente cual es el objetivo de hacerlo. Según (Martinez & Milla, 2012) el objetivo de un plan estratégico tiene distintas características:

El objetivo del plan estratégico puede variar en función de diversos aspectos: del tipo de empresa, de la situación económico-financiera de la misma, de la madurez del negocio, etc. En cualquier caso, lo que no varían son los beneficios de realizar un plan estratégico, ya que, sea cual sea la estructura, el tipo de negocio, el tamaño o posicionamiento en el mercado de la organización empresarial, nos permite analizar la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto empresarial.” (Martinez & Milla, 2012)

En cambio para (Altair Consultores, 2013) un plan estratégico es quien señala de manera documentada distintos aspectos necesarios de una empresa:

El plan estratégico es un excelente ejercicio para trazar las líneas que marcarán el futuro de nuestra empresa. Debemos ser capaces de diseñar el porvenir de la empresa y, lo que es más importante, transmitir estas pautas, contrastarlas y convencer al resto de los agentes que interactúan con la

organización de cuál es el camino hacia el éxito. Un plan estratégico es el documento que sintetiza a nivel económico – financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa. (Altair Consultores, 2013)

Dentro de una visión de crecimiento debe estar complementado con una visión estratégica incluyendo objetivos definidos e incorporando la idea de una estrategia viable es el concepto que da a conocer (Thompson, 2012) donde dice que:

El desarrollo de una visión y misión estratégicas, establecer objetivos e idear una estrategia son tareas básicas para determinar el rumbo; señalan hacia dónde va una compañía, su propósito, los resultados estratégicos y financieros que se plantea como meta, su modelo básico de negocios y los movimientos competitivos y planteamientos de acciones internas con que se obtendrán los resultados de negocios planeados. En conjunto, constituyen el plan estratégico para enfrentar las condiciones competitivas de la industria, superar a los rivales, cumplir con los objetivos y avanzar hacia la visión estratégica. Un plan estratégico expresa la dirección futura de la empresa, su propósito de negocios, sus metas de desempeño y su estrategia. (Thompson, 2012)

En base a los conceptos dados anteriormente tenemos una idea más clara y direccionada de lo que podría ser un plan enfocado al proyecto a tratar. Si se maneja el plan estratégico correcto podría el propietario de la microempresa F.S. Tecnologic gestionarlo por medio de un esquema documentado que demuestre los debidos procesos administrativos y financieros que una empresa debe tener con el objetivo primordial de mejorar o crecer como tal, manteniendo un equilibrio en dichos procedimientos. De esta forma se enfocaría de dos maneras puntuales:

- Identificar el estado actual de la empresa en el entorno estructural, organizativo, económico, financiero y estratégico.
- Y a definir objetivos a futuro para el mejoramiento de la empresa remarcando una visión a donde llegar.

Para todo plan se necesita tener algunos principios efectivos para el correcto desempeño según indica (Münch, 2013) y entre estos pueden ser:

#### **2.3.1.1. Factibilidad**

El plan que se vaya a exponer debe ser posible de implementar, que sea adaptable a nuestra realidad y que tengan resultados posibles al alcance.

#### **2.3.1.2. Objetividad y cuantificación**

Los datos con que se vaya a manejar deben ser reales, razonables y precisos sin especular o calcular de manera arbitraria. De esto dependerá la confiabilidad para poder realizar esquemas estadísticos cuantitativos y a la vez tendrá un mayor control en el cumplimiento de los objetivos.

#### **2.3.1.3. Flexibilidad**

Se debe establecer márgenes de expansión u holgura que permitan enfrentar imprevistos o situaciones inesperadas y planear modelos de contingencia con los que se pueda resolver.

#### **2.3.1.4. Unidad**

Un plan estratégico debe estar enfocado a cumplir de manera integral su misión, visión y los objetivos planteados dentro de la organización, de una manera constante y armónica (Figura #7). Debe haber relación estrecha en todas las áreas para que se cumplan las metas planteadas.

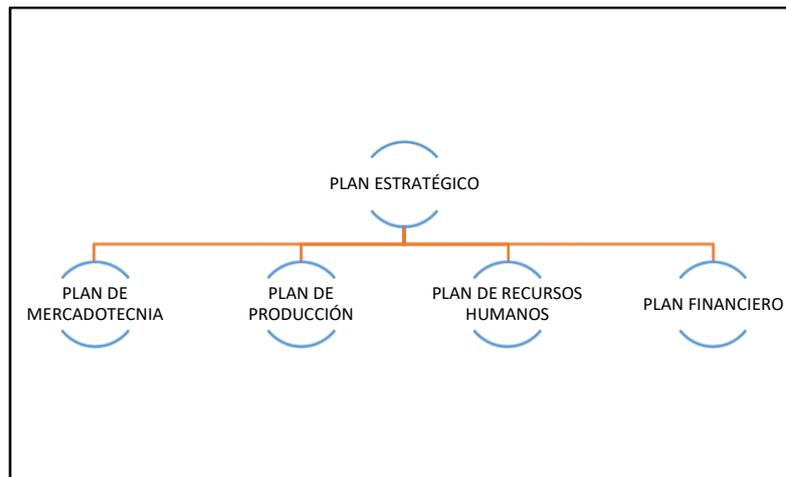


Figura # 7 Principio de Unidad

Fuente: (Münch, 2013)

### 2.3.1.5. Del cambio de estrategias

Cuando se gestiona un plan estratégico siempre nos enfrentamos a riesgos de que pueda ser viable o no, por eso debemos considerar 3 escenarios: optimista, pesimista y realista. En cualquiera de los casos se deberá realizar algún ajuste y crear estrategias alternas. Este tipo de medidas se deberán aplicar si son necesarias sin alterar o descuidar el logro de la misión o visión antes planteada.

### 2.3.2. Fases de elaboración de un plan estratégico

Para elaborar un plan estratégico es necesario establecer las siguientes 3 fases:

#### 2.3.2.1. El análisis estratégico

Se lo puede considerar como el punto de inicio del proceso de plan estratégico, ya que esta conlleva a realizar un trabajo previo para formular e implementar una estrategia. En esta parte debemos analizar los propósitos y los objetivos organizativos, entre ellos están: la visión, la misión, los objetivos estratégicos y un análisis del entorno.

### **2.3.2.2. La formulación estratégica**

Esta formulación tiene varios niveles por analizar como:

- Estrategia corporativa, donde se formula la cartera del negocio.
- Estrategia competitiva, es donde se manifiesta o se formula las ventajas competitivas que el negocio requiere.
- Estrategia operativa, es con la que analizamos cada una de las funciones que maneja la empresa y de qué manera son ejecutadas en relación con la competencia. Para poder tener hacerla tenemos la herramienta de análisis de Cadena de Valor.

### **2.3.2.3. La implantación estratégica**

Es cuando se ejecuta la estrategia ya planteada y donde la empresa requiere tener modelos de control y garantizar que se haya tomado medidas eficaces para coordinar e integrar actividades en favor de la organización.

### **2.3.3. Procesos de un plan estratégico**

Según los conceptos de (Münch, 2013) un plan estratégico también se lo puede denominar un plan de negocios; es donde se presenta los elementos del proceso de planeación de manera más detallada por medio de la cual los altos mandos definirán el rumbo y las directrices generales que habrán de regir a la organización, tal como se muestra en el Figura # 8.

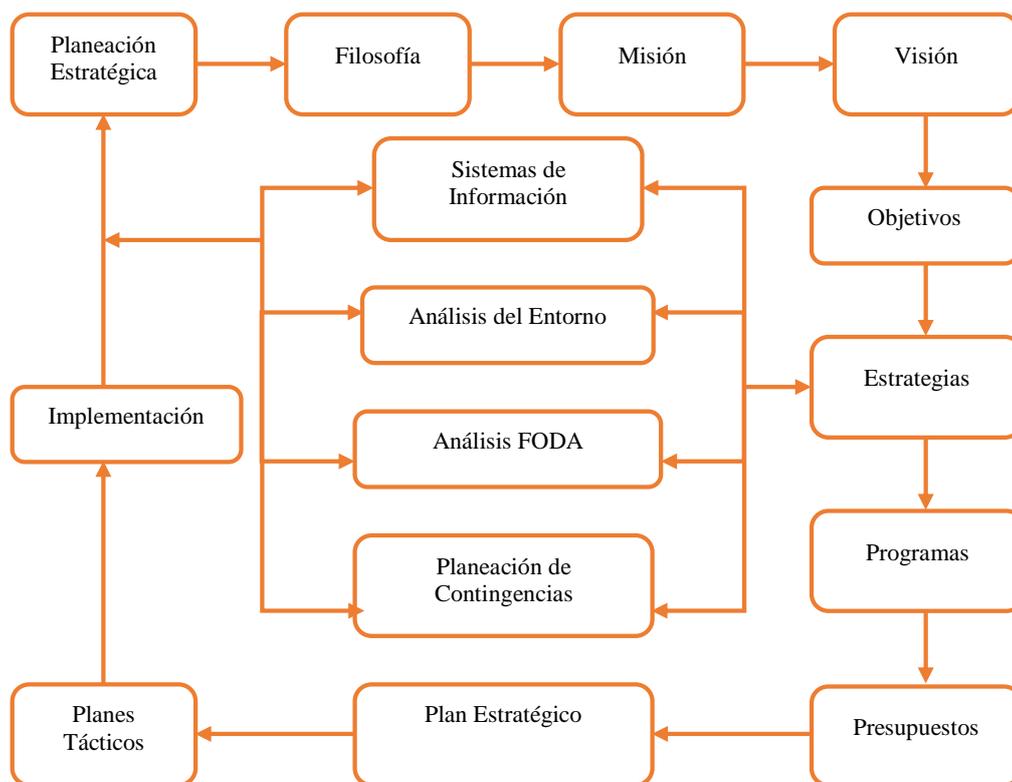


Figura # 8 Procesos de Planeación Estratégica

Fuente: (Münch, 2013)

Según manifiesta (Münch, 2013), para poder conseguir los objetivos planteados se deben seguir un plan donde el propietario debe comenzar con una visión clara de lo que se desee en la empresa y contar con un sistema de información acertado y actual, de esta manera se podrá realizar un buen análisis del entorno de manera externa e interna, definir las fortalezas y debilidades que existen y como poder enfrentar a las oportunidades y amenazas que pueden afectar el logro de nuestros objetivos.

En el proceso de generación y de selección de estrategias (David, 2013) afirma que es imposible que los estrategas tomen en consideración todas las alternativas que se les presente para poder lograr las mejoras que necesite la empresa, ya que en el camino tendrá una vasta cantidad de opciones y de formas como implementarlas. Para esto es preferible centrarnos en manejar un conjunto de estrategias definidas que conlleven a ser precisos en determinar las ventajas, desventajas, los costos y beneficios que estas estrategias toleren.

Los procedimientos o procesos estratégicos que sean factibles de aplicar no debe quedar en solo eso, debe haber una ejecución del mismo de una manera coordinada entre el propietario y los empleados de la empresa que tengan ya nociones claras del negocio y se sientan comprometidos con el plan, sintiéndose parte de él, de esta forma existirá una mejor viabilidad para el éxito del mismo.

También manifiesta (David, 2013) que la implementación de estrategias afecta a todas las áreas funcionales y divisionales de la organización, desde los niveles más altos hasta los más básicos. Es decir que si no existe un manejo global y coordinado para implementarlo tendrá deficiencias que puede costar tiempo y sobretodo dinero.

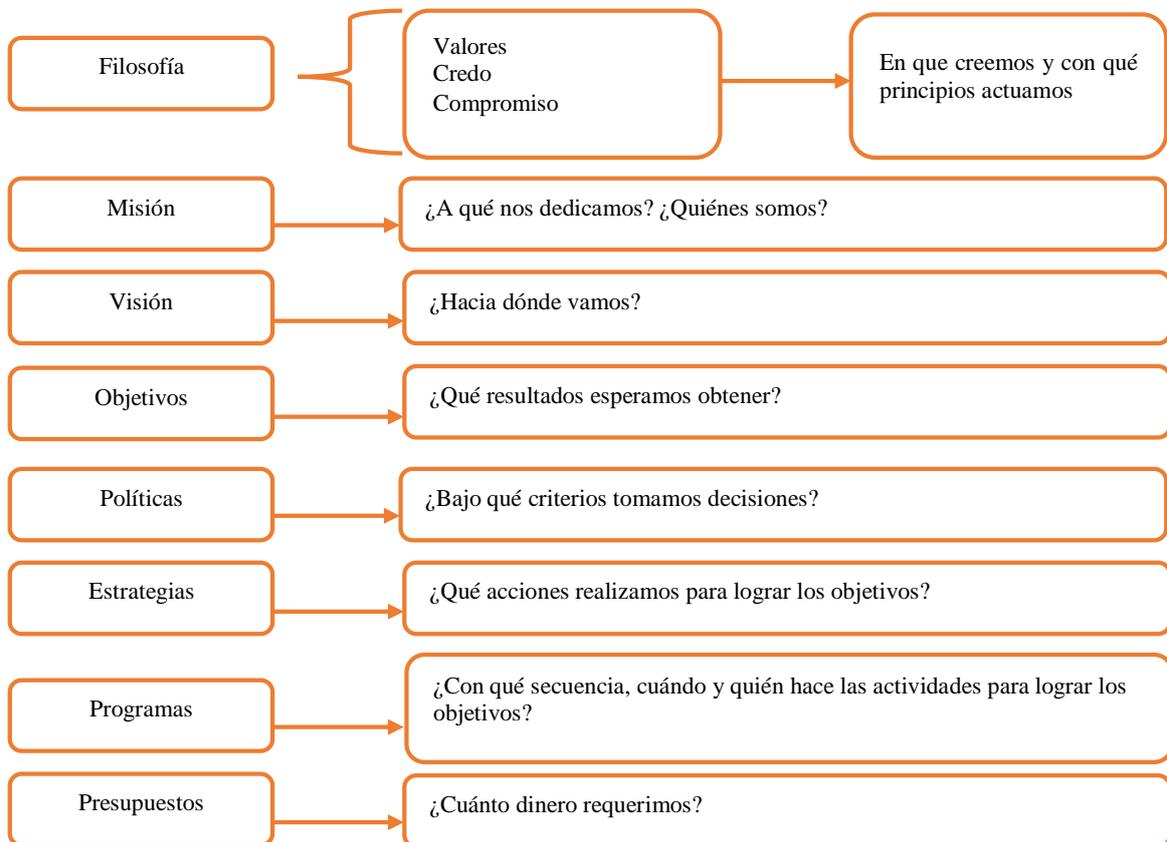


Figura # 9 Preguntas a las que responde el plan estratégico

Fuente: (Münch, 2013)

Para comenzar a plantear nuestras ideas sobre un plan estratégico debemos autoanalizarnos de manera integral al cuestionarnos sobre distintos aspectos administrativos que están dentro del proceso estratégico tal como se muestra en la Figura # 9.

#### **2.3.3.1. La filosofía**

(Münch, 2013) Indica que si dentro de una organización se aplicara de manera seria, constante y compartida por todos los integrantes de la empresa tendría una repercusión positiva dentro de la misma, ya que por medio de la conducta del personal puede influir en los resultados que se desea cumplir. El compromiso de superación de cada persona que integra el entorno laboral en conjunto con la filosofía planteada por la empresa hace que exista una mayor armonía al momento de gestionar el cumplimiento de metas.

#### **2.3.3.2. La visión**

(Bazán Briceño, 2016) Manifiesta que la visión es el sueño que pretende alcanzar lo que la organización proyecta de una manera creíble y congruente con el comportamiento y recursos que se tiene. Es imperioso que la visión deba tener un sentido de contribución a la comunidad por la importancia que esta debe considerar para el desarrollo de la organización a largo plazo.

#### **2.3.3.3. La misión**

(Bazán Briceño, 2016) También menciona que la misión es un hilo conductor que lleva a alcanzar la visión establecida. Debe tener concordancia entre los grupos de interés y servir de guía para las decisiones que se puedan tomar en la organización.

Pronunciando el concepto de (Philip Kotler, 2012) indicando que cada unidad de negocio debe definir su misión específica dentro de la misión más amplia de la empresa. Es decir que

para que se pueda cumplir la misión de una organización debe haber misiones o metas a cumplir en cada grupo de interés.

#### **2.3.3.4. Objetivos**

Según el concepto de (Münch, 2013) donde indica que si ya tenemos definido la filosofía, visión y misión se pueden determinar los objetivos, que indican los resultados o fines que la empresa quiere lograr en un tiempo explícito de manera cualitativa.

#### **2.3.4. Análisis del entorno**

Al realizar un análisis al entorno de manera minuciosa a la empresa se obtendrá factores o condiciones externas o internas que podremos hacer frente dentro de nuestro plan estratégico. Según indica (Wheelen & Hunger, 2013) el análisis del entorno es la vigilancia, evaluación y difusión de información desde los entornos externo e interno hasta el personal clave de la organización.

El objetivo para utilizar esta herramienta es de prevenir o minimizar errores al momento que queremos implementar o invertir en nuestra estrategia. Esta se puede realizar antes, como también en el proceso que se esté efectuando el análisis. Para poderlo realizar el análisis del entorno se necesita fundamentarse en un sistema de información veraz y organizado que facilite información por medio ya sea de reportes e informes internos de la empresa como también externos.

(Wheelen & Hunger, 2013) da a conocer que la forma más sencilla de realizar el monitoreo del entorno es a través del análisis FODA (*SWOT* en inglés), que representa un acrónimo que describe las Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que se dan dentro de la empresa.

#### **2.3.4.1. Entorno externo**

Son aquellas variables o situaciones que se encuentran vinculadas fuera de la organización, estas son las oportunidades o amenazas que no están bajo el control de la misma a corto plazo, así como menciona (Wheelen & Hunger, 2013) “Estas variables forman el contexto de la empresa”.

#### **2.3.4.2. Entorno interno**

Estas constituyen en las fortalezas y debilidades que se encuentran ligadas a la organización. (Wheelen & Hunger, 2013) manifiesta que “estas variables forman el contexto en el que se realiza el trabajo e incluyen la estructura, la cultura y los recursos de la empresa.

#### **2.3.5. Matrices de apoyo estratégico**

Existen algunas herramientas estratégicas que pueden ser parte de la solución de los inconvenientes de crecimiento que existe en la microempresa F.S. Tecnologic, algunas deben ser presentadas como fijas para un profundo análisis y otras que pueden ser una alternativa o complemento. En el siguiente texto manifestaremos algunas que pueden ser analizadas y en su caso implementadas.

### 2.3.5.1. Matriz FODA

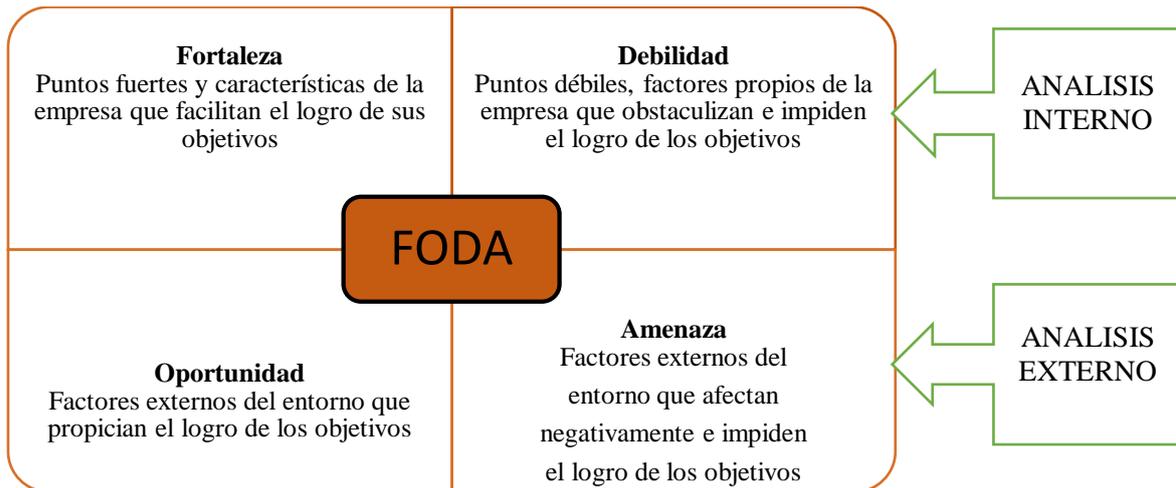


Figura # 10 Matriz FODA

Fuente: (Münch, 2013)

“El análisis FODA resume los aspectos clave de un análisis del entorno de una actividad empresarial (perspectiva externa) y de la capacidad estratégica de una organización (perspectiva interna).” (Altair Consultores, 2013). Este análisis va a permitir que el propietario de la microempresa F.S. Tecnologic tenga una idea clara del estado actual de la empresa y de su entorno.

### 2.3.5.2. Matriz de las cinco fuerzas de Porter

“La existencia de cinco fuerzas competitivas que establecen de manera conjunta por que algunos sectores son más rentables que otros: El poder de los proveedores, el poder de los clientes, la rivalidad de los competidores actuales, la amenaza de competidores potenciales y la amenaza de los productos sustitutos.” (Bazán Briceño, 2016)

Con este modelo de análisis la microempresa F.S. Tecnologic podrá sacar conclusiones sobre los recursos que está necesitando y las cuales serían las posibles estrategias que debe implementar para tener éxito.

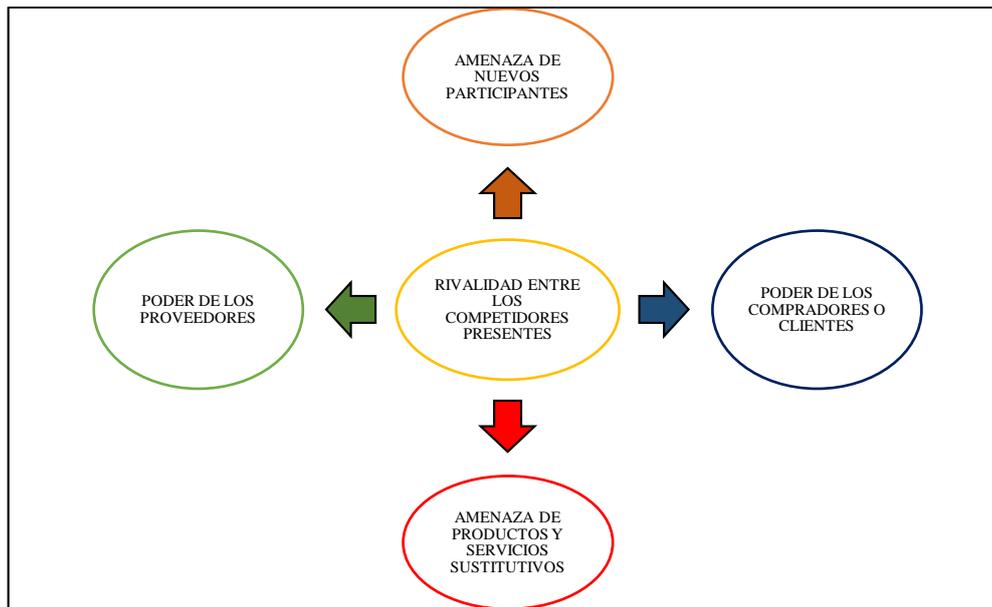


Figura # 11 Matriz de Las Cinco Fuerzas de Porter

Fuente: (Bazán Briceño, 2016)

#### 2.3.5.2.1. Poder de los proveedores

Este poder se manifiesta mientras menos proveedores existan y en mayor medida cuando existe un aumento de precios de un producto que es muy indispensable.

En la microempresa F.S. Tecnologic maneja una gama alta de productos tecnológicos, por esto mismo cuenta con una lista de proveedores medianamente considerable que puede facilitar el proceso de adquisición; sin embargo, esto no cuenta cuando algún producto escasea de manera inesperada.

Uno de las desventajas que tiene la microempresa es la falta de crédito directo con los proveedores, ya que para esto ellos exigen un mayor movimiento a la compra de su mercadería.

#### **2.3.5.2.2. Poder de los compradores o clientes**

Los clientes tienen el sartén por el mango como se dice en la jerga popular. Como dice (Bazán Briceño, 2016) “ponen frente a frente a los proveedores individuales en su esfuerzo por obtener precios reducidos, mejor calidad en los productos, mejores servicios y otras concesiones”. Ellos quieren obtener mayores beneficios en las compras que realiza.

#### **2.3.5.2.3. Rivalidad entre los competidores presentes**

A mayor inversión es mayor la rivalidad que pueda existir entre las empresas que comercializan productos que son cercanos entre sí. Es decir que si un competidor realiza una acción debería generar también una respuesta de la contraparte, ya que si no lo hace podría afectar su proyección de ventas e inversión.

En el caso de las microempresas de servicios, hay una alta gama de negocios con la misma estructura, esto hace que exista mayor competencia y sobretodo mayor compromiso para mejorar.

#### **2.3.5.2.4. Amenaza de nuevos participantes**

Los nuevos competidores tienen la necesidad de ganar participación en el mercado y esto resulta más intensa la competencia como tal. Pero para poder ingresar a un mercado donde ya existe un grupo considerable de Mi-Pymes en el entorno es necesario una inversión que cubra las necesidades internas y que pueda cumplir con las expectativas de los clientes.

Según manifiesta (Bazán Briceño, 2016): “los ingresos son más difíciles si la industria tiene grandes necesidades de capital al principio o cuando existe una fuerte diferenciación de productos entre los competidores actuales”.

### 2.3.5.2.5. Amenaza de Productos y Servicios Sustitutivos

El ingreso de empresas con servicios y productos sustitutos en un sector puede influir mucho en la rentabilidad, según (Bazán Briceño, 2016) manifiesta el siguiente texto: “Los sustitutos son tipos alternativos de productos que cumplen en esencia las mismas funciones”. El sector tecnológico es un área que se renueva mucho en corto tiempo y la adquisición de productos tangibles sustitutos es mínima, a excepción de los servicios que son más fáciles de promocionar.

“El análisis del sector donde competirá el emprendedor o negocio, tendrá aspectos favorables y desfavorables que deben de considerarse en la estrategia básica de la organización” (Bazán Briceño, 2016).

### 2.3.5.3. Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento

En base al concepto que se le da a esta matriz realizada por Igor Ansoff, indica que la indispensable el análisis para conocer el comportamiento de los productos con relación al mercado y así identificar las posibles oportunidades de crecimiento para la organización.

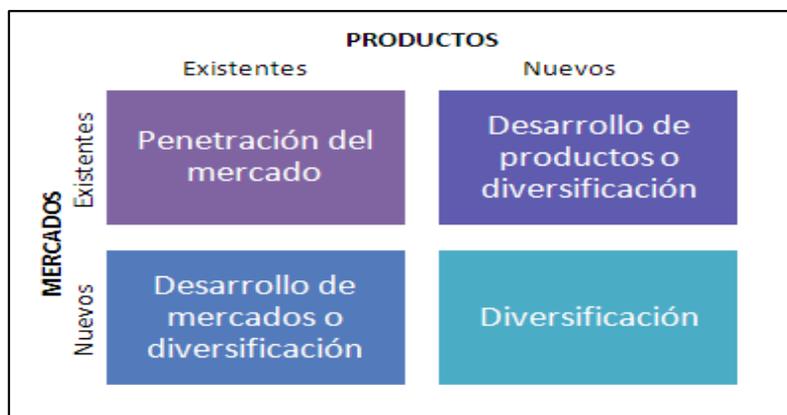


Figura # 12 La matriz Ansoff

Fuente: (Slusarczyk & Morales, 2016)

#### **2.3.5.3.1. Estrategia de penetración del mercado**

Esta estrategia es ideal cuando existe una participación baja en el mercado o existe un crecimiento del mismo de manera progresiva. Una empresa, con un producto existente, pretende ganar participación en un mercado también existente.

Según (Slusarczyk & Morales, 2016) indica que “Esto significa vender más productos a los clientes actuales, captar clientes de la competencia o captar de no consumidores actuales” planteado como idea directa y para lograr este objetivo se puede realizar las siguientes acciones: los descuentos por volumen, aumento de publicidad, utilización de tarjetas de fidelidad, etc.

#### **2.3.5.3.2. Estrategia de desarrollo de productos**

Esta opción involucra el de innovar un nuevo producto, una nueva marca, nuevo modelo o el tamaño de un producto dentro del mercado existente, así de esta manera (Slusarczyk & Morales, 2016) muestran uno de los aspectos estratégicos de la matriz Ansoff, tal es el caso que indica su mayor utilidad en sectores tecnológicos y para empresas que tienen gran capacidad de investigación y desarrollo.

#### **2.3.5.3.3. Estrategia de desarrollo de mercados**

La estrategia es ideal para las organizaciones que tienen una participación amplia en un mercado inicial con alta gama de productos, pero con el ideal de expandirse de manera consistente. (Slusarczyk & Morales, 2016) Manifiestan que este método consiste en vender un producto o servicio existente en nuevos mercados, por ejemplo, a través de la exportación, investigación y cambio del segmento o en búsqueda de nuevos usos para sus productos.

#### **2.3.5.3.4. Estrategia de diversificación**

El método consiste en adquirir otra empresa o se desarrollar nuevos productos, servicios o marca, con el objetivo de ampliar la gama de productos disminuye el riesgo de colocar toda la inversión en un solo modelo de negocio. Indica (Slusarczyk & Morales, 2016) que normalmente, las empresas se diversifican cuando tienen fondos excedentes y carecen de alternativas de inversión en productos y mercados relacionados o cuando tienen malas perspectivas sobre el futuro del sector donde actualmente operan.

#### **2.3.6. Estructura organizacional**

Una estructura organizacional debe ser establecida en todo tipo de empresas, incluyendo una microempresa, pero de manera formal para que tenga mayor valía a los ojos de nuestros clientes. No se sabe con certeza qué modelo de estructura sea la más indicada para una organización porque por lo general siempre son formadas según las necesidades que requiera y sobretodo que sean optimas al gestionar soluciones a la problemática que existen en el mercado actual.

En la microempresa F.S. Tecnologic dentro de su estructura manifiesta un desorden de jerarquías en la operación de su estructura, ya que carece de personal con sus funciones determinadas y adecuadas a las necesidades reflejadas en los puestos de la organización, lo cual es recomendable evaluar la estructura actual y dependiendo de los compromisos o metas propuestas realizar los cambios adecuados.

Según nos manifiesta (Gareth R., 2013) que “la estructura organizacional es un sistema formal de las relaciones entre tarea y autoridad, que controla como la gente coordina sus acciones y utiliza los recursos para alcanzar las metas organizacionales”, con este concepto nos aconseja fijar la formalidad, coordinación, jerarquía organizacional, control y responsabilidad para el alcance de las metas propuestas.

(Huerta & Rodriguez, 2014) nos indican sobre tres aspectos a tomar en cuenta en una estructura organizacional:

- Grado de complejidad. - Cuanto mayor sea la división de trabajo, más niveles verticales habrá en la jerarquía.
- Formalización. - Dirigir el comportamiento de los empleados por medio de normas y procedimientos en la organización.
- Centralización. - Indica donde ubica la autoridad para toma de decisiones.

Una estructura organizacional se representa gráficamente por medio de organigramas y sobretodo conocerlo a detalle las ubicaciones de jerarquía que debe existir en una empresa.

El grado de complejidad o división de funciones puede ayudar en optimización de trabajo y de recursos en el negocio; y como base formalizando los procesos y responsabilidades que cada colaborador debe tener respetando las normas y sobretodo la jerarquización incluido la toma de decisiones que tome la gerencia; aunque, la centralización de una organización no debería cumplirse a raja tabla. (Huerta & Rodriguez, 2014) recomienda que es muy útil no inclinarse a una centralización, porque así será posible y conveniente que algunas decisiones se descentralicen y otras centralizadas pues esto provoca un poco más de iniciativa a los empleados brindándoles la confianza y el compromiso a las responsabilidades dentro de la empresa.

### **2.3.7. Modelos financieros**

#### **2.3.7.1. Análisis de sensibilidad**

El análisis de sensibilidad se reduce a la expresión de los flujos de efectivo en términos de las principales variables del proyecto y al cálculo de las consecuencias de posibles errores de estimación en las variables. (Cipriano Luna González, 2016)

En términos concretos según (Meza Orozco, 2013), el análisis de sensibilidad consiste en probar si el proyecto valdrá la pena aun cuando las variables subyacentes resulten tener valores distintos a los supuestos.

La sensibilización del proyecto se realiza modificando el valor de las variables críticas para averiguar cómo cambia la rentabilidad del proyecto, y determinar hasta qué punto se puede modificar el valor de las variables para que el proyecto siga siendo rentable. (Meza Orozco, 2013)

### **2.3.7.2. Tasa mínima atractiva de rendimiento**

Esta tasa permite al inversionista sacar un porcentaje mínimo que exigirá al proyecto para constituirlo como capital propio. La deficiencia más evidente del método es que no está tomando en cuenta todos los flujos de efectivo del proyecto

Todo inversionista espera que su dinero crezca en términos reales. Como en todos los países hay inflación, aunque su valor sea pequeño, crecer en términos reales significa ganar un rendimiento superior a la inflación, ya que si se gana un rendimiento igual a la inflación el dinero no crece, sino que mantiene su poder adquisitivo. (Baca Urbina, 2007)

### **2.3.7.3. Análisis de los factores de riesgo**

Todos los proyectos independientemente de su naturaleza, tamaño y razón de ser, están permanentemente expuestos a diferentes riesgos o eventos que pueden poner en peligro el cumplimiento de sus objetivos.

Para el manejo de los riesgos se deben analizar las posibles acciones a emprender, las cuales deben ser factibles y efectivas, tales como: la implementación de las políticas, definición de estándares, optimización de procesos y procedimientos y cambios físicos entre otros. La selección de las acciones más conveniente debe considerar la viabilidad jurídica, técnica, institucional, financiera y económica. (Departamento Nacional de Planeación- DNP, 2017)

## **2.4. Marco legal**

### **2.4.1. Creación de una empresa en el Ecuador**

Los pasos para constituir una microempresa o hasta una gran empresa son:

#### **2.4.1.1. Tipo de estructura legal de la empresa**

- Se puede optar por crear una compañía limitada. Que se conforma con mínimo 2 y máximo 15 socios y tiene “capital cerrado” (capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la Bolsa de Valores).
- Se puede crear también una compañía anónima que no tiene límite de socios y tener un “capital abierto” (número ilimitado de acciones que sí se pueden cotizar en la Bolsa de Valores).

#### **2.4.1.2. Pasos para constituir una empresa**

- Escoger el nombre de su empresa.
- Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías. Se verifica que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que ha pensado para la que se va a crear.
- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección. Parte de los requisitos básicos que pueden variar dependiendo de la entidad bancaria son:
  - Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima.
  - Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno.
  - Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.
  - Posteriormente pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.
- Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía (se puede realizar en cualquier notaría).

- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas).
- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
- Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
- Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.
- Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
- Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
- Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliarse a sus trabajadores.
- Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos.

#### **2.4.1.3. Pasos para obtener la patente municipal**

El Municipio de Guayaquil indica en su página web los pasos a seguir para obtener la patente municipal:

- Descargar, llenar e imprimir el formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal” de la página web del Municipio.
- Adjuntar los requisitos y entregar en las ventanillas de la Dirección Financiera del Municipio, o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio; donde se le indicará el valor de la liquidación correspondiente.
- El valor de la liquidación puede ser cancelado en las ventanillas de Recaudaciones de la Municipalidad, o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio.

Los requisitos para obtener la patente municipal son:

- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que posea dentro de Guayaquil.
- La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- Declaración del Impuesto a la Renta, y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal”
- Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio, deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio, debidamente notariada.

#### **2.4.1.4. Pasos para la obtención del permiso de funcionamiento del benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil**

Para la obtención del permiso de funcionamiento del Benemérito Cuerpo de Bomberos, las organizaciones sociales deben presentar los siguientes requisitos:

Si el trámite lo realiza personalmente quien es representante legal de la organización, debe presentar copia de cédula de identidad. En el caso de que lo realice otra persona deberá adjuntar una autorización por escrito simple, con copia de cédula de quien autoriza y de la persona autorizada.

- Copia completa y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- En caso de ser persona jurídica se debe adjuntar copia del Nombramiento vigente de la persona que es Representante Legal.
- Copia de Consulta de Uso de Suelo otorgada por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil
- Copia del último pago del Impuesto Predial, o copia de una planilla de servicios básicos con la dirección del establecimiento.
- Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
- Cuando se realiza comercialización de gas de uso doméstico, adjuntar autorización de la Agencia de Regulación y Control de Hidrocarburos, Control Anual y el informe de Factibilidad.
- En caso de realizar venta de reparación de armas se debe adjuntar autorización del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.

#### **2.4.1.5. Pasos para la obtención del registro único de contribuyentes**

Se deben de presentar los siguientes requisitos:

#### **2.4.1.5.1. Personas naturales**

- Presentar el documento original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

#### **2.4.1.5.2. Personas jurídicas o sociedades**

- Llenar los formularios 01A y 01B.
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención.
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

### **2.4.2. Registros de afiliación en el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)**

#### **2.4.2.1. Pasos para registrarse como empleador en el IESS**

Para el registro patronal en el sistema de historia laboral en el IESS se debe trasladar a los debidos pasos manifestados en el (Instituto Ecuatoriano de Seguro Social - IESS, 2017) son los siguientes pasos:

- Ingresar a la página web [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec) en el link de Servicios por Internet.
- Escoger Empleadores.

- Actualizar datos del registro patronal.
- Escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco.
- Digitar el número de RUC y (En caso de doméstica digitar número de cédula).
- Seleccionar el tipo de empleador.
- En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.

Una vez registrados los datos solicitados, tiene que acercarse a las oficinas de Historia Laboral del Centro de Atención Universal del IESS a solicitar la clave de empleador, con los siguientes documentos:

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

#### **2.4.2.2. Pasos para registrar realizar un aviso de entrada o de salida a un empleado en el IESS**

##### **2.4.2.2.1. Aviso de entrada – concepto y pasos**

El empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconvención, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince (15) días (Art. 73 de la Ley de Seguridad Social). Para lo cual seguirá el siguiente procedimiento:

### **Cómo registrar el aviso de entrada**

- Ingresar a la página [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec),
- Seleccionar la opción empleadores /servicios en línea
- Aviso de entrada y salida
- Ingresar al sistema con el número de cédula y clave del empleador
- Seleccionar la opción aviso de entrada
- Ingresar número de cédula del afiliado
- Validar y enviar
- Llenar los datos que solicita el sistema y pulsar la opción ACEPTAR.

### **2.4.2.3. Tasas de Aportación**

Según las tasas de aportación (Instituto Ecuatoriano de Seguro Social - IESS, 2017) que el sector privado debe responsabilizarse existe una premisa: De los trabajadores del sector privado bajo relación de dependencia, así como de los miembros del clero secular.

## **CAPÍTULO III**

### **Metodología de la investigación**

#### **3.1. Metodología**

##### **3.1.1 Tipo de investigación**

El formato de investigación es descriptivo, explicativo y documental.

###### **3.1.1.1. Investigación descriptiva**

Esta investigación está expuesta al análisis y descripción de cada característica de la microempresa y de esta manera exponer los hechos que ocurren en la actualidad.

###### **3.1.1.2. Investigación explicativa**

Porque el problema a investigar tiene una causa y esta debe ser resuelta.

###### **3.1.1.3. Investigación documental**

Al realizar el proceso se procesará un cuadro de estudio actual y una evaluación posterior que será documentada y comparada para sacar conclusiones de las mismas.

### **3.1.2. Enfoque de la investigación**

El enfoque a plantear es mixto, de manera Cualitativa y Cuantitativa. Dentro del proceso investigativo realizaremos gestiones para conseguir información detallada de las causas que genera el problema y a la vez formaremos las estrategias adecuadas para alcanzar los objetivos necesarios en busca del éxito esperado.

#### **3.1.2.1. Enfoque cualitativo**

“El enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.” (Roberto Hernández Sampieri, 2014)

En base a este concepto este enfoque nos permitió revisar datos obtenidos por medio una investigación de campo por medio de encuestas realizadas a potenciales clientes de la microempresa F.S. Tecnologic, a la vez entrevistas puntuales a clientes que ya han tenido una relación de negocios con la organización en la ciudad de Guayaquil.

#### **3.1.2.2. Enfoque cuantitativo**

“El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.” (Roberto Hernández Sampieri, 2014)

Con este enfoque se pudo buscar, identificar y analizar los problemas numéricos y de estructura que tiene actualmente la microempresa y su entorno. A la vez nos llevó a interpretar el modelo de estrategia que buscamos para solucionar dichos problemas.

### **3.1.3. Técnicas de investigación**

Las técnicas que se aplicaron fueron: entrevistas, encuestas y bibliográfica / Documental

#### **3.1.3.1. Entrevistas**

Las entrevistas permitirán obtener información de los aspectos positivos y negativos que tiene la microempresa desde la perspectiva de los clientes fijos y con mayor participación en proyectos con la microempresa. Se realizará un formato de preguntas que sean adecuadas para su debida interpretación y evaluación.

#### **3.1.3.2. Encuestas**

La implementación de esta técnica se aplicará a un grupo determinado de posibles clientes, con el cual se harán proyecciones reales sobre su posible participación comercial con la organización. El resultado esperado provocara la generación de información valiosa para formar un análisis de ventas potenciales.

#### **3.1.3.3. Bibliográfica / Documental**

Permitió examinar los datos científicos para el desarrollo del marco teórico y a la vez sustentar dichas bases.

## **3.2. Análisis de la situación actual de la microempresa F.S. Technologic**

### **3.2.1. Análisis interno**

#### **3.2.1.1. Servicios de la microempresa F.S. Technologic**

A lo largo de los años F.S. Technologic tuvo como perspectiva principal, solventar las necesidades tecnológicas de sus clientes y cubrir esas necesidades de manera permanente y eficiente por medio de las siguientes 3 vías de servicios:

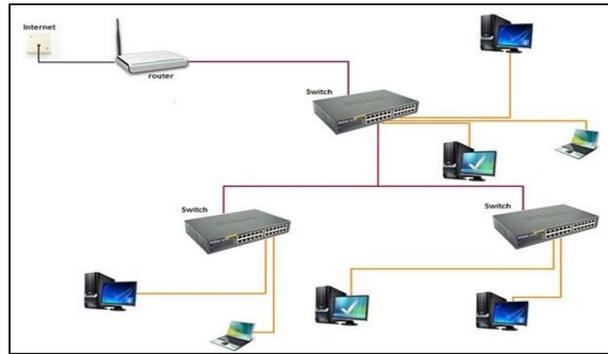
- Cableado Estructurado en Redes
- Soporte Técnico de PC
- Ventas al por mayor y menor de partes y piezas periféricas de computación.

Estos tipos de servicios manejan un estándar de productos especiales que para su distribución o manipulación se necesitan conocimientos específicos técnicos o empíricos que puedan ser utilizados de manera correcta para el eficiente y eficaz funcionamiento de los mismos.

##### **3.2.1.1.1. Cableado estructurado en redes**

Un sistema de cableado estructurado es la infraestructura de cable destinada a transportar, a lo largo y ancho de un edificio, las señales que emite un emisor de algún tipo ya sea esta de voz o de datos hasta el correspondiente receptor.

Imagen # 1 Esquema de un Cableado Estructurado en Redes



Fuente: <http://telecoinstala.blogspot.com/2010/08/ejercicios-sobre-cableado-estructurado.html>

### 3.2.1.1.1. Algunos materiales y equipos para cableado estructurado

TIPOS DE CABLES	CONCEPTO
<p>Imagen # 2 Cable UTP</p>  <p>Fuente: <a href="http://tecnologia-facil.com/que-es/cable-utp-cable-de-red/">http://tecnologia-facil.com/que-es/cable-utp-cable-de-red/</a></p>	<p>Un sistema de cableado estructurado es físicamente una red de cables únicas y completas, con combinaciones de alambre de cobre o también llamados: como se observa en la Imagen #2 el Cable UTP (Unshielded Twisted Pair) o par trenzado no apantallado; Imagen #3 nos muestra el Cable STP (Shielded Twisted Pair) Par trenzado apantallado.</p> <p>Cables de fibra óptica (Imagen # 4) que es una composición de hilo transparente que puede ser de vidrio o materiales plásticos por el que se envía pulsos de luz donde trasmite datos a gran velocidad.</p>
<p>Imagen # 3 Cable STP</p>  <p>Fuente: <a href="http://tecnologia-facil.com/que-es/cable-utp-cable-de-red/">http://tecnologia-facil.com/que-es/cable-utp-cable-de-red/</a></p>	
<p>Imagen # 4 Cables de Fibra Óptica</p>  <p>Fuente: <a href="http://3netcom.mx/fibra-optica.html">http://3netcom.mx/fibra-optica.html</a></p>	

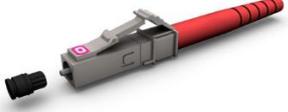
Elaborado por: El Autor

### Imagen # 5 RACK



Fuente: <http://www.saifor.com/es/data-center/racks-para-servidores/>

Un Rack es una estructura metálica que permite sostener o albergar dispositivos tecnológicos, se provee de un sistema de ventilación interno y sus divisiones pueden ubicar un sistema eléctrico y una computadora para las funciones requeridas. Estas vienen en distintos tamaños (Imagen #5).

TIPO DE EQUIPOS Y CONECTORES	
<p>Imagen # 6 Switch Hub</p>  <p>Fuente: <a href="https://www.zyxel.com/us/en/products_services/smb-switches.shtml?t=c">https://www.zyxel.com/us/en/products_services/smb-switches.shtml?t=c</a></p>	<p>Imagen # 7 Switch Rackeable</p>  <p>Fuente: <a href="https://meraki.cisco.com/products/switches">https://meraki.cisco.com/products/switches</a></p>
<p>Imagen # 8 Patch Panel</p>  <p>Fuente: <a href="http://www.informaticamoderna.com/Patch_panel.htm">http://www.informaticamoderna.com/Patch_panel.htm</a></p>	<p>Imagen # 9 Conector Rj45</p>  <p>Fuente: <a href="http://tecnologia-facil.com/que-es/cable-utp-cable-de-red/">http://tecnologia-facil.com/que-es/cable-utp-cable-de-red/</a></p>
<p>Imagen # 10 Conector de Fibra Óptica LC</p>  <p>Fuente: <a href="http://www.africasupply.net/conector-fibra-optica-lc-multimodo-epoxi-tconecmmlc">http://www.africasupply.net/conector-fibra-optica-lc-multimodo-epoxi-tconecmmlc</a></p>	<p>Imagen # 11 Conector JACK Rj45</p>  <p>Fuente: <a href="http://real-desing.blogspot.com/2013/08/materiales-para-la-construccion-de-una.html">http://real-desing.blogspot.com/2013/08/materiales-para-la-construccion-de-una.html</a></p>

TIPO DE PATCH CORD	
<p>Imagen # 12 Patch Cord UTP</p>  <p>Fuente:  <a href="https://sites.google.com/a/galileo.edu/proyectofinal9352/ti-pos-de-conexiones-de-red/cable-utp">https://sites.google.com/a/galileo.edu/proyectofinal9352/ti-pos-de-conexiones-de-red/cable-utp</a></p>	<p>Imagen # 13 Patch Cord Fibra Óptica</p>  <p>Fuente: <a href="http://tecnologia-facil.com/que-es/cable-utp-cable-de-red/">http://tecnologia-facil.com/que-es/cable-utp-cable-de-red/</a></p>

Otro de los beneficios del cableado estructurado es que permite la administración sencilla y sistemática de las mudanzas y cambios de ubicación de personas y equipos. Tales como el sistema de cableado de telecomunicaciones para edificios que presenta como característica saliente de ser general, es decir, soporta una amplia gama de productos de telecomunicaciones sin necesidad de ser modificado.

Utilizando este concepto, resulta posible diseñar el cableado de un edificio con un conocimiento muy escaso de los productos de telecomunicaciones que luego se utilizarán sobre él. La norma garantiza que los sistemas que se ejecuten de acuerdo a ella soportarán todas las aplicaciones de telecomunicaciones presentes y futuras por un lapso de al menos diez años. Esta afirmación puede parecer excesiva, pero si se tiene en cuenta que entre los autores de la norma están precisamente los fabricantes de estas aplicaciones.

Imagen # 14 Cableado Estructurado de Datos – Pared



Fuente: F.S. Tecnologic

### 3.2.1.1.2. Herramientas para cableado estructurado

<p>Imagen # 15 Ponchadora Rj45</p>  <p>Fuente: <a href="http://www.hentel.com.ec/index.php/herramientas">http://www.hentel.com.ec/index.php/herramientas</a></p>	<p>Imagen # 16 Ponchadora de Impacto</p>  <p>Fuente: <a href="https://www.digitalife.com.mx/producto/17159/pinza-ponchadora-de-impacto-para-jacks-y-terminal-blocks-tc-pdt">https://www.digitalife.com.mx/producto/17159/pinza-ponchadora-de-impacto-para-jacks-y-terminal-blocks-tc-pdt</a></p>
<p>Imagen # 17 Ponchadora de Fibra Óptica</p>  <p>Fuente: <a href="http://decompras24.lfcredes.com.co/item-ponchadora_rg_5859_fibra_optica-147441">http://decompras24.lfcredes.com.co/item-ponchadora_rg_5859_fibra_optica-147441</a></p>	<p>Imagen # 18 Peladora de Cable</p>  <p>Fuente: <a href="http://www.cablenetworks.com.mx/producto/pelador-de-cable-utp/">http://www.cablenetworks.com.mx/producto/pelador-de-cable-utp/</a></p>
<p>Imagen # 19 Tester de Fibra Óptica</p>  <p>Fuente: <a href="http://www.networking-team.com/herramientas-instrumentales-de-fibra-optica/instrumentos-de-fibra-optica/">http://www.networking-team.com/herramientas-instrumentales-de-fibra-optica/instrumentos-de-fibra-optica/</a></p>	<p>Imagen # 20 Tester de Cable UTP</p>  <p>Fuente: <a href="https://www.lorenzotools.com/testers-y-rastreadores-de-cables/57-tester-de-red-cable-a-cable-754.html">https://www.lorenzotools.com/testers-y-rastreadores-de-cables/57-tester-de-red-cable-a-cable-754.html</a></p>

### 3.2.1.1.3. Normas y tipos estandarizados de cableado estructurado

Debemos tener en cuenta lo siguiente: el cableado estructurado de un edificio se lo denomina un **Sistema** y en cada parte en la que se subdivide es un **Sub-sistema**. Esto hace que tengamos en cuenta un formato para estructura en la que se va a trabajar. Existen varios tipos

de Sub-sistemas donde se puede realizar un cableado estructurado, pero esto depende de la estructura del edificio o bien inmueble en donde se va a realizar dicho cableado.

Los cableados estructurados se deben regir por organismos, normas o estándares que nos permitirá el correcto desempeño del sistema y sub-sistemas de telecomunicaciones en la instalación de las estructuras como las siguientes:

- El ANSI (American National Standards Institute) es una organización privada que administra y coordina el sistema de estandarización voluntaria del sector privado de los Estados Unidos.
- EIA (Electronics Industry Association) desarrolla normas y publicaciones sobre las principales áreas técnicas: los componentes electrónicos, electrónica del consumidor, información electrónica, y telecomunicaciones.
- TIA (Telecommunications Industry Association) desarrolla normas de cableado industrial voluntario para muchos productos de las telecomunicaciones y tiene más de 70 normas preestablecidas.

Todas estas normas se manejan de manera variada dependiendo del tipo de estructura que se desee instalar previo a un estudio técnico previo. Dentro de los estándares más comunes tenemos los siguientes:

- ANSI/TIA/EIA-568-A: Estándar del cableado de telecomunicaciones en edificios comerciales.
- ANSI/TIA/EIA-569: Estándar para ductos y espacios de telecomunicaciones en edificios comerciales
- ANSI/TIA/EIA-570: Estándar de alambrado de telecomunicaciones residencial y comercial liviano.
- ANSI/TIA/EIA-606: Estándar de administración para la infraestructura de telecomunicaciones de edificios comerciales.

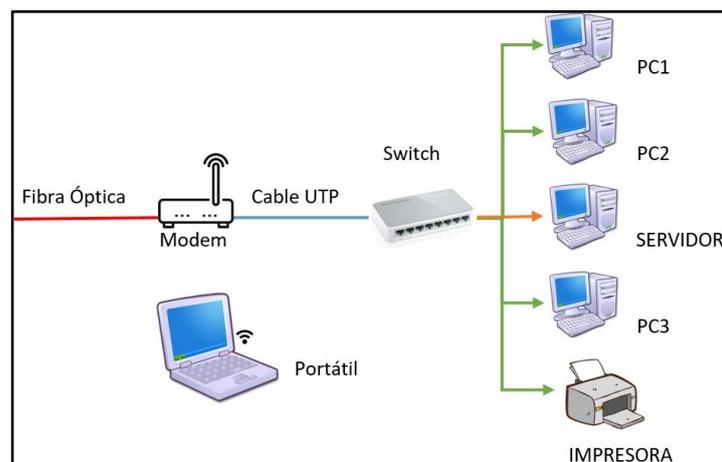
- ANSI/TIA/EIA-607: Requerimientos para telecomunicaciones de puesto a tierra y puentado de edificios comerciales.

#### 3.2.1.1.4. Sub-sistemas de cableado estructurado

Las ubicaciones de cada sub-sistema de cableado estructurado debe definirse de manera ordenada y cada una tiene distintos componentes que son necesarios para su desempeño estructural. Primero arrancaremos explicando lo que comúnmente se llama estructura tradicional.

Una estructura tradicional comprende simplemente de pocos elementos en el que se puede transmitir o interconectar distintos terminales o computadoras (Usuarios), y a la vez periféricos que pueden estar configurados de manera sistemática, brindando facilidades para aprovechar los recursos tecnológicos de un área de trabajo u oficina (Imagen #15).

Imagen # 21 Estructura de Red Tradicional

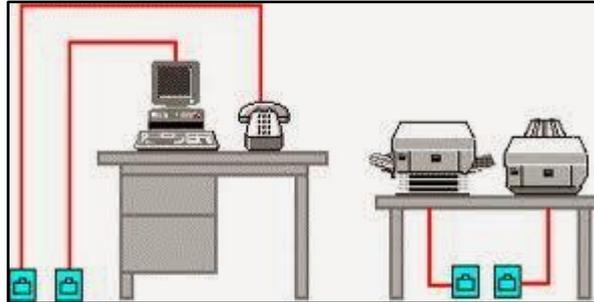


Fuente: El Autor

Cada subsistema está destinado concretamente a una zona específica de la red y a una utilización para diferentes tipos de usuarios en diferentes niveles como:

- **El sub-sistema de área de trabajo.** - Es un usuario conectado a una terminal ya sea telefónica o de datos, puede ser un simple cable con los conectores adecuados. Dicho cable no debe pasar de 3 metros de longitud.

Imagen # 22 Área de Trabajo

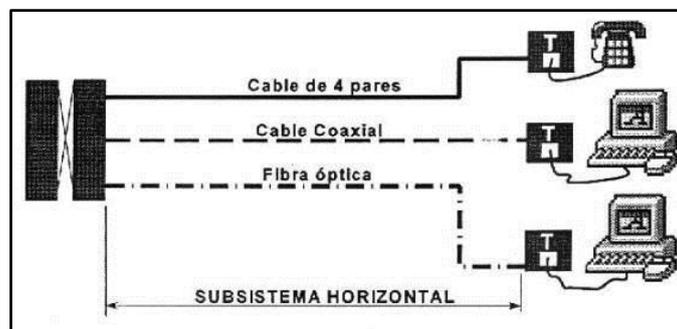


Fuente: <http://jdizquierdocrl1314.blogspot.com/>

- **El sub-sistema horizontal.** – Este sub-sistema comprende desde la salida del área de trabajo hasta el mueble o cuarto de telecomunicaciones donde se conecta con el panel de parcheo (Patch Panel), lugar donde se canaliza todo el cableado del edificio. La distancia máxima por cada cable horizontal entre el área de y el panel de parcheo debe ser máximo de 90 metros de distancia y la distancia entre paneles de parcheo (si existen 2 o más) debe ser de 6 metros con extensión máxima.

Para el traslado del cable o los cables se utilizan estructuras ya sea de metal o plásticas, dependiendo de los sectores en donde se vaya a realizar las rutas de acceso.

Imagen # 23 Sub-Sistema Horizontal



Fuente: <http://redes23.webnode.es/tercer-parcial/>

### 3.2.1.1.2. Soporte técnico en PC

Como concepto general las PC (Personal Computer) son computadoras personales o microprocesador diseñada en principio para una persona a la vez. Es de tamaño medio y es usada por un solo usuario, aunque hay sistemas operativos con la capacidad de permitir varios simultáneamente.

Una PC suele estar proporcionada para cumplir tareas comunes de la informática moderna, es decir permite navegar por Internet, escribir textos y realizar otros trabajos de oficina además de escuchar música, ver videos, jugar, estudiar, etc. Existen PC de escritorios y las portátiles,

El soporte técnico constituye precisamente en brindar un servicio personalizado a la PC de manera correctiva o preventiva de manera interna o externa. El soporte consta en revisar, analizar, reparar y corregir las diversas situaciones que pueda pasar el equipo de computación de manera integral.

Imagen # 24 PC de Escritorio



Fuente: <https://es.scribd.com/doc/46606063/Manual-de-Soporte-Tecnico-1era-Edicion#>

### 3.2.1.1.3. Ventas al por mayor y menor de partes y piezas tecnológicas

La comercialización de equipos y materiales tangibles e intangibles es un fenómeno a nivel mundial, donde la tendencia y las actualizaciones tecnológicas de estos productos marcan a paso firme aspectos financieros de un negocio que se acrecienta con el paso del tiempo y son parte fundamental para todos quienes adquieren o necesitan adquirir esta gama de bienes.

Las ventas en un negocio tecnológico pueden ser muy sustentables si se está en el top de las tendencias o actualizaciones, ya sea en computadoras portátiles, computadoras de escritorio, mouse, teclados, discos duros, pendrive, impresoras, sistemas operativos, antivirus, programas especiales, etc... En la actualidad estos nombres de productos tecnológicos son muy comunes de pronunciar o de tener conocimientos para la mayoría de las personas, ya que son parte de nuestra utilización laboral o personal.

### 3.2.1.2. Estructura organizacional actual de la microempresa F.S. Tecnologic

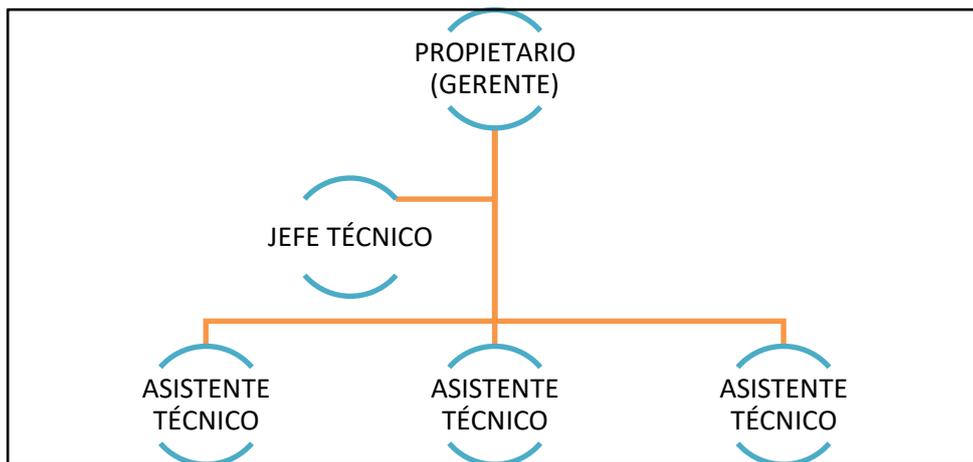


Figura # 13 Estructura Administrativa de la Microempresa F.S. Tecnologic

Fuente: F.S. Tecnologic

La microempresa F.S. Tecnologic maneja una organización administrativa muy común y limitada, típica de las estructuras que existen en el Ecuador para este tamaño de empresas. La estructura que se manifiesta en el Figura #13 varía de manera constante dependiendo de

los contratos o proyectos de servicios que se suele obtener en muy poca medida según lo que requiera él o los clientes, así de esta forma se ubica al personal técnico para realizar dichos trabajos.

### **3.2.1.3. Problemas de la estructura organizacional**

Jerárquicamente el gerente o propietario realiza labores que no son acorde con su cargo, esto genera una centralización muy rígida, ya que no se dedica a la parte administrativa o gerencial, sino que se encuentra pendiente de manejos técnicos u operativos. La concentración del negocio es en gran parte manejado por el propietario, en la búsqueda de clientes (Ventas), en la negociación con los proveedores (Compras), realización de las proformas para posibles ventas, cierre de negocios con los clientes, la facturación, cobranza, las declaraciones de impuestos o manejos contables y en ocasiones la dirección y revisión de los trabajos o proyectos terminados. El motivo de este monopolio de funciones, es la falta de personal en el área administrativa de manera específica.

El jefe técnico maneja casi la misma centralización jerárquica, pero en menor grado, más que todo en el aspecto de las operaciones, en los proyectos de cableado estructurado en redes, en los soportes técnicos de PC, la valoración, estudio y planificación de los trabajos a realizar, manejo del personal técnico que se esté necesitando, en muchas ocasiones se maneja como vendedor y también cotiza los productos para la venta o para instalación de proyectos. Aunque su cargo es netamente operativo, es el segundo al mando dentro de la microempresa F.S. Tecnologic.

Los asistentes técnicos que de mejor manera deberían llamarse técnicos, son jóvenes que se están preparando en el área de sistemas y los trabajos que realizan en F.S. Tecnologic son específicamente cuando existe contratos de cableado estructurado o de soporte técnico, es de esta manera que ellos son requeridos. En el transcurso de los años han cogido experiencia, pero simplemente como asistentes técnicos ya que son solo rueda de soporte para el jefe técnico. Esto se debe a la falta de capacitación en áreas técnicas determinantes.

Hay algo en común entre estos tres niveles jerárquicos, es que no existe una afiliación al IESS, no existe el debido formalismo al momento de presentarse como pertenecientes a la microempresa F.S. Tecnologic.

La falta de publicidad hace que la marca como tal no sea reconocida. A todo esto, hace que exista una pobre cartera de clientes y un constante tambaleo con algunos clientes en la actualidad que buscan alternativas de crédito o plazos de pago.

#### **3.2.1.4. Funciones actuales del personal de la microempresa F.S. Tecnologic**

##### **Gerente propietario**

Es la persona que se encarga de administrar y planificar estrategias necesarias de manera empírica. A la vez desempeña las funciones de vendedor, encargado de las compras, facturación, contador, cobrador y ayuda en el área técnica, evaluando, planificando u operando.

##### **Jefe técnico**

Es el encargado de planificar, gestionar y ejecutar los proyectos o trabajos técnicos que se presenten, es el encargado de gestionar las compras de herramientas y materiales técnicos, además es el encargado de dirigir el grupo de asistentes técnicos que es requerido para los proyectos a ejecutar. En frecuentes ocasiones gestiona ventas para la microempresa F.S. Tecnologic.

##### **Asistente técnico**

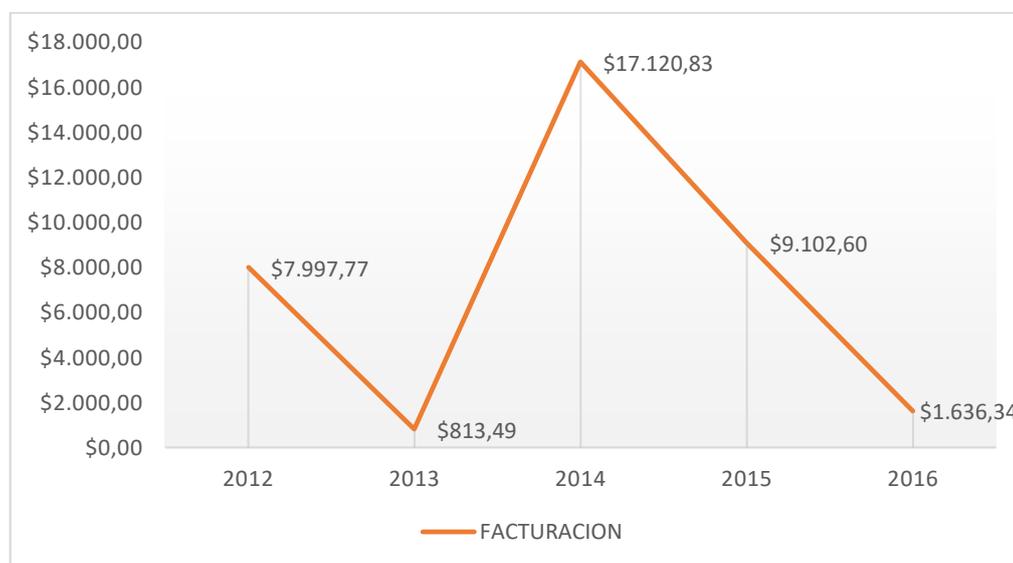
Se encarga de seguir las direcciones técnicas del jefe técnico, y muy pocas veces gestionan ventas.

### 3.2.1.3. Ventas anuales de la microempresa F.S. Tecnologic

En el Gráfico #1 se detalla el movimiento de ventas de los últimos 5 años. Se ha generado una variación de ventas entre positivas y negativas pero el mayor ingreso se reportó el año 2014 debido a la adquisición de varios servicios de cableado estructurado que fueron gestionados al igual que ventas de productos tecnológicos complementarios.

Para este periodo se realizó la compra de varias herramientas que eran necesarias para la ejecución más eficiente de los trabajos técnicos que se realizan en la microempresa, y adicional mercadería básica para cableado estructurado.

Gráfico # 1 Ventas Anuales F.S. Tecnologic 2012 - 2016



Fuente: F.S. Tecnologic

El nivel de ventas desde los inicios de la microempresa fue bajo por la competencia que existe en este campo de la tecnología, adicional a esto es la capacidad de algunas empresas o instituciones académicas que tienen en su nómina el personal que se encarga de realizar las gestiones de servicios tecnológicos interno, pero con la diferencia de que la microempresa F.S. Tecnologic les ofrece venta directa de productos y servicios tecnológicos especial y no solo correctivo o preventivo.

En la tabla 1 muestra porcentualmente algunas variaciones drásticas de la facturación, comenzando con el alza considerable de ventas que se obtuvo en el 2014 donde se realizaron

algunos trabajos de cableado estructurado a pequeñas empresas, con un alto grado de aceptación. Esto generó que hubiera conversaciones para nuevos proyectos de cableado estructurado, ventas de productos tecnológicos.

Tabla 1 Monto de ventas anuales de los años del 2012 al 2016

<b>AÑO</b>	<b>VENTAS</b>	<b>VARIACION % RELACIONADO CON EL AÑO ANTERIOR</b>
2012	\$7.997,77	-
2013	\$813,49	-89,83%
2014	\$17.120,83	2104,61%
2015	\$9.102,60	-46,83
2016	\$1.636,34	-82,02

Fuente: F.S. Tecnologic

Pero para el año 2015 los proyectos comenzaron a caer a partir del mes de marzo, por un alza de precios de productos principales y complementarios que casi en su totalidad son importados. La imposición de las salvaguardias a las importaciones afecto en gran medida en todos los sectores del país en especial al tecnológico, ya que en nuestro país no producimos esta clase de equipos o materiales.

Los proveedores rigiéndose a esta normativa aumentaron los precios de todos sus productos, generando estos cambios una cadena cambios nada favorables para la microempresa F.S. Tecnologic. Ya para el 2016 no hubo mayor movimiento por la falta de liquidez de algunos clientes que tenían planificado solventar varias necesidades tecnológicas, pero al final no pudieron cumplir sus metas.

#### **3.2.1.4. Ventas por Grupo de Clientes (%)**

En la Tabla 2 observamos en cifras porcentuales la subdivisión de clientes que la microempresa F.S. Tecnologic tiene como fijos. El sector de las pequeñas empresas y las

unidades educativas particulares son las que manifiestas en un 70%, y esto se debe a la alta capacidad de pago de manera directa.

Tabla 2 Porcentaje de Ventas por Grupo de Clientes

<b>Cientes</b>	<b>Porcentajes %</b>
Microempresas	20%
Pequeñas Empresas	45%
Unidades Educativas Particulares	25%
Público en General	10%

Fuente: F.S. Tecnologic

En el área de las pequeñas empresas son por lo general a nivel comercial, de servicios profesionales despegados del campo tecnológico. Es mucho más fácil de actuar porque no existe mucho inconveniente al realizar anticipos para el cierre de algún negocio y por ende la oportunidad de que la organización se pueda apalancar en los gastos requeridos.

Las unidades educativas particulares requieren de trabajos puntuales y específicos que conllevan a obtener buenas ganancias. Las microempresas tienen casi la misma característica que las pequeñas empresas, pero con menor magnitud en gastos de servicios, y el público en general son aquellas personas que desde sus hogares requieren una atención básica de los servicios, tales como soporte técnico para sus máquinas de escritorio o compras de algún artículo tecnológico.

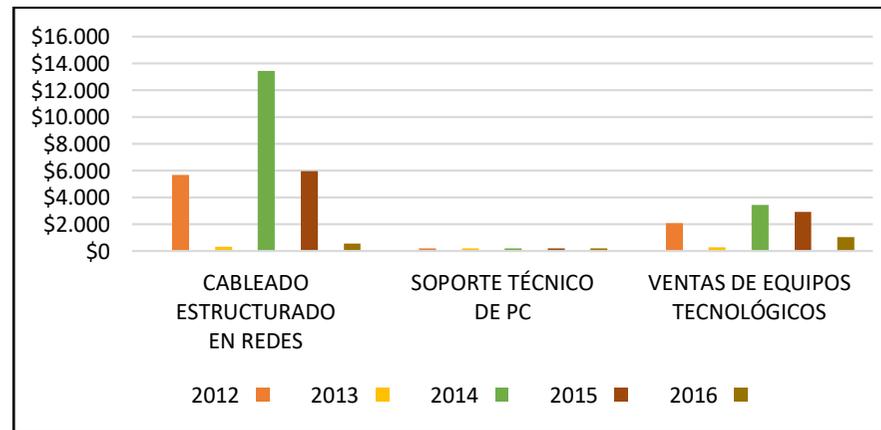
### 3.2.1.5. Porcentajes de Ventas por líneas de Servicios del año 2012 al 2016

Tabla 3 Porcentajes de Ventas por líneas de Servicios del año 2012 al 2016

PRODUCTOS	2012		2013		2014		2015		2016	
CABLEADO ESTRUCTURADO EN REDES	71%	\$ 5.704,47	39%	\$ 319,20	79%	\$ 13.458,52	66%	\$ 5.962,60	35%	\$ 576,14
SOPORTE TÉCNICO DE PC	3%	\$ 210,00	26%	\$ 210,00	1%	\$ 210,00	2%	\$ 210,00	13%	\$ 210,00
VENTAS DE EQUIPOS TECNOLÓGICOS	26%	\$ 2.083,30	35%	\$ 284,29	20%	\$ 3.452,31	32%	\$ 2.930,00	65%	\$ 1.060,20
<b>TOTAL DE VENTAS</b>	<b>100%</b>	<b>\$7.997,77</b>	<b>100%</b>	<b>\$813,49</b>	<b>100%</b>	<b>\$17.120,83</b>	<b>100%</b>	<b>\$9.102,60</b>	<b>100%</b>	<b>\$1.636,34</b>

Fuente: F.S. Tecnologic

Tabla 4 Ventas Anuales por Tipo de Producto



Fuente: F.S. Tecnologic

### 3.2.2. Análisis externo

#### 3.2.2.1. Análisis de la competencia directa con relación a F.S. Tecnologic

Actualmente existe en el área de servicios tecnológicos una cantidad considerable de microempresas y pequeñas empresas que llevan este tipo de negocios por varios años y en especial muchos de estos negocios que manejan una mayor estructura organizativa han comenzado a masificar los productos de servicios y explotarlos con mayor frecuencia, tratando de acaparar mercado.

Los precios entre los competidores y la microempresa F.S. Tecnologic no varían mucho en los servicios tal como se aprecia en la Tabla 5, pero si existe un alza en la compra de equipos tecnológicos inclusive aquellos que son para trabajos de cableado estructurado por la alta gama del producto y por la línea de crédito que ellos ofrecen para este tipo de aparatos tal como indicamos en la Tabla 6.

Tabla 5 Índice de Precios con la Competencia Directa

TIPO	SERVICIOS OFRECIDOS	F.S. Tecnologic	COMPETENCIA		
			Netcompu	Asiscom	Novimatriz
CABLEADO ESTRUCTURADO	Puntos de Red	\$35,00	\$40,00	\$45,00	\$40,00
	Instalación de Muebles de Red 6 UR	\$65,00	\$70,00	\$80,00	\$80,00
	Instalación y Configuración de Router o Switch	\$40,00	\$60,00	\$50,00	\$50,00
	Instalación y Configuración de una Red Tradicional	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
	Instalación y Configuración de una Red Inalámbrica	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00
SOPORTE TECNICO DE PC	Mantenimiento Preventivo y Correctivo de PC	\$35,00	\$40,00	\$45,00	\$40,00
	Instalación de Sistema Operativo en PC	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00
	Instalación o Cambio de Partes o Piezas Internas de PC	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
	Instalación de Programas Especiales o Técnicos	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00

Fuente: F.S. Tecnologic

Tabla 6 Índice de Ventas de Partes Tecnológicas con la Competencia Directa

TIPO	SERVICIOS OFRECIDOS	F.S. Tecnologic	COMPETENCIA		
			Netcompu	Asiscom	Novimatriz
VENTAS AL POR MAYOR Y MENOR DE PARTES Y PIEZAS TECNOLÓGICAS	Router N300 de 3 antenas	\$45,00	\$70,00	\$75,00	\$75,00
	Switch de 16 puertos Gigabit	\$195,00	\$280,00	\$270,00	\$280,00
	Rack-mountable 1 Intel Xeon E3-1200 – 2Tb – 8Gb	\$1540,00	\$1660,00	\$1650,00	\$1600,00
	Inspiron 14 - 3000 – Notebook 14” – Core I3	\$540,00	\$660,00	\$620,00	\$610,00
	Inspiron 15 5567 - Core i7 7500U – 15” – 1Tb – 8Gb	\$1080,00	\$1200,00	\$1200,00	\$1150,00
	Impresora Multifunción STYLUS L565	\$485,00	\$560,00	\$576,00	\$530,00
	Work Centre 3655I/S - Impresora multifunción - B/N	\$1485,00	\$1665,00	\$1660,00	\$1660,00
	Windows 10 Home - Licencia	\$140,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00
	Sistema de Antivirus por un año – Licencia	\$15,00	\$20,00	\$18,00	\$20,00

Fuente: F.S. Tecnologic

### 3.2.2.2. Análisis de la competencia indirecta con relación a F.S. Tecnologic

La competencia indirecta maneja altos estándares de planificación en proyectos, ventas de forma masiva a medianas y grandes empresas y a instituciones públicas o privadas. Los productos de servicios que más enfoque tienen son la distribución de Fibra Óptica dedicado a compañías y multinacionales como también a toda clase persona natural o jurídica que necesite el servicio. Instalación de servidores de alta gama, instalación de rack con estructuras verticales y horizontales; es decir, una pelea entre David y Goliat nada pareja pero tampoco imposible de alcanzar.

Los puntos principales de nuestra competencia indirecta con relación a la microempresa F.S. Tecnologic es su infraestructura física, organizacional y volumen en ventas de alta gama, con solvencia en créditos para con sus clientes.

### 3.2.2.3. Análisis de la matriz FODA

Tabla 7 Análisis de Matriz FODA - F.S. Tecnologic

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Buena relación comercial con proveedores.</li><li>- Experiencia en el área de cableado, soporte técnico y ventas tecnológicas.</li><li>- Buena referencia comercial con clientes fijos</li><li>- Local Propio.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Personal sin contrato fijo y sin afiliación al IESS.</li><li>- Carencia de publicidad.</li><li>- Falta de un vendedor de planta.</li><li>- Problemas en la estructura organizacional.</li><li>- Jefe técnico sin capacitación titulada.</li></ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Nuevos clientes en el área comercial sin servicios técnicos.</li><li>- Necesidades de servicios de sistemas de Seguridad</li><li>- La existencia de seminarios y cursos para adquirir conocimiento y las certificaciones técnica de los productos que adquirimos..</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ingreso de nuevas competencias indirectas.</li><li>- La migración del personal técnico por la falta de estabilidad laboral.</li><li>- Posibilidad de nuevos impuestos a las importaciones de productos tecnológicos.</li></ul>

### 3.2.2.4. Población y muestra

Para aplicar la encuesta sacamos referencia de la cantidad de Pymes que existen en el Ecuador según nos indica el Figura # 5, reporte realizado por él (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016). Esta cifra es de 51476 pequeñas empresas existentes hasta el año 2015 a nivel nacional. Esta cifra se reduce tomando datos del estudio realizado por el (Directorio de Empresas - INEC, 2014) donde nos indica la subdivisión de las Pymes. El sector de la provincia del Guayas se concentra el 19% de las Pymes a nivel nacional (Figura # 3).

Esto quiere decir que de: 51476 pequeñas empresas a nivel nacional, se calcula el 19% a nivel provincial que corresponde a 9780 pequeñas empresas. Para obtener la muestra de las pequeñas empresas con actividad comercial en la provincia del Guayas, se tomó como referencia la ecuación de Fischer:

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

**Donde:**

**n**=Tamaño de la muestra

**N**=Tamaño de la población

**z**=Valor del área bajo la curva normal (depende del NC)

**p**=Probabilidad de éxito (Proporción esperada)

**q**=Probabilidad de fracaso (1-p)

**e**=Error máximo admisible

$$\frac{1,96^2 * 9780 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 (9780 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50} \equiv \frac{9392,712}{25,4079} \equiv \boxed{369,68}$$

N	9780	TAMAÑO ADECUADO DE LA MUESTRA
NC	95	<b>369,68</b>
p	0,5	<b>370</b>
q	0,5	
e	5	
Z	1,96	

Utilizando las cantidades mencionadas a la fórmula indicada obtuvimos una muestra de 369,68 pequeñas empresas a investigar y se aumentó a 370 encuestas por efectos de redondeo y aproximación.

### 3.3. Análisis de los resultados

#### 3.3.1. Análisis de los resultados de la encuesta realizada en la provincia del Guayas (ANEXO #1)

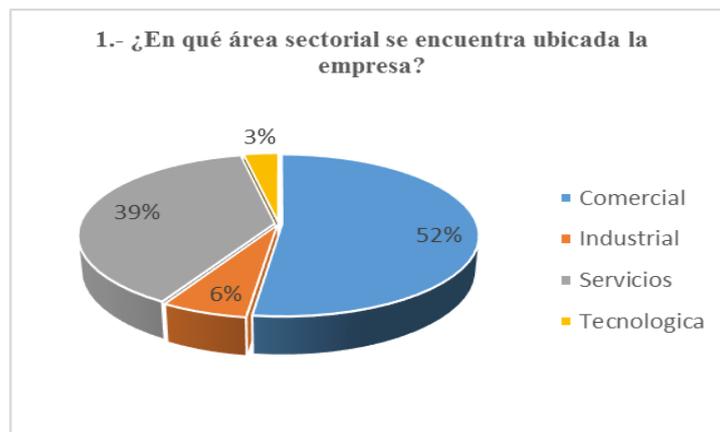
##### 1.- ¿En qué área sectorial se encuentra ubicada la empresa?

Tabla 8 Cuadro Sectorial de la Pequeñas Empresas en Guayas

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Comercial	193	52%
Industrial	23	6%
Servicios	142	38%
Tecnologica	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

Gráfico # 2 Cuadro Sectorial de las Pequeñas Empresas en Guayas



Elaborado por: El Autor

Con esta pregunta buscamos saber qué campo sectorial se encuentran ubicadas las empresas a encuestar. Dentro de los resultados verificamos un 52% para el sector comercial, un 39% para el sector de servicios; en estos 2 sectores se encuentran la mayor parte de los negocios activos. En mínima parte el sector industrial con un 6% y con un 3% el sector tecnológico.

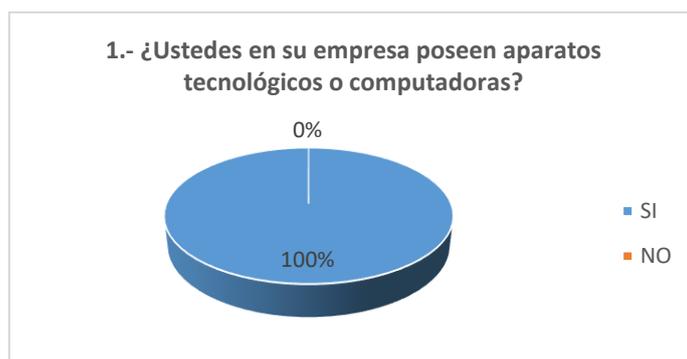
## 2.- ¿Ustedes en su empresa poseen aparatos tecnológicos o computadoras?

Tabla 9 Verificación de Recursos Tecnológicos

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	370	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

Gráfico # 3 Verificación de Recursos Tecnológicos



Elaborado por: El Autor

Se realiza esta pregunta para verificar si la empresa consta con aparatos o recursos tecnológicos. Y según el resultado de la encuesta, se manifiesta un 100% de manera afirmativa a la utilización de computadoras y aparatos tecnológicos.

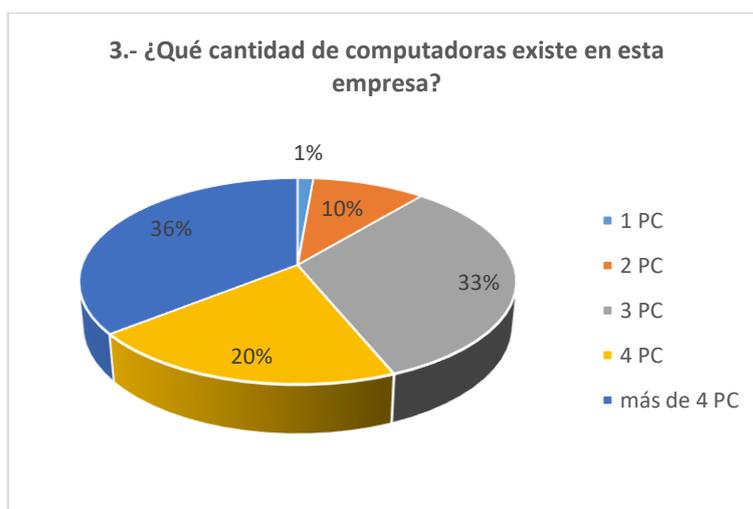
## 3.- ¿Qué cantidad de computadoras existe en esta empresa?

Tabla 10 Cantidad de Computadoras Existente

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
1 PC	5	1%
2 PC	36	10%
3 PC	121	33%
4 PC	76	21%
más de 4 PC	132	36%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

Gráfico # 4 Cantidad de Computadoras Existente



Elaborado por: El Autor

La pregunta #3 es para verificar la cantidad de computadoras que se manejan dentro de la empresa, con el objetivo de abrir un campo para un posible negocio. Con esta información demuestra que la utilización de computadoras en la empresa es de vital importancia para el manejo operativo de sus negocios. Una cantidad mínima del 1% que maneja 1 computadora que mayormente en el área comercial. Un 36% demuestra cantidades mayores a 4 computadoras que señalan empresas con algunos puestos de trabajo y por ende la oportunidad de solventar distintas necesidades.

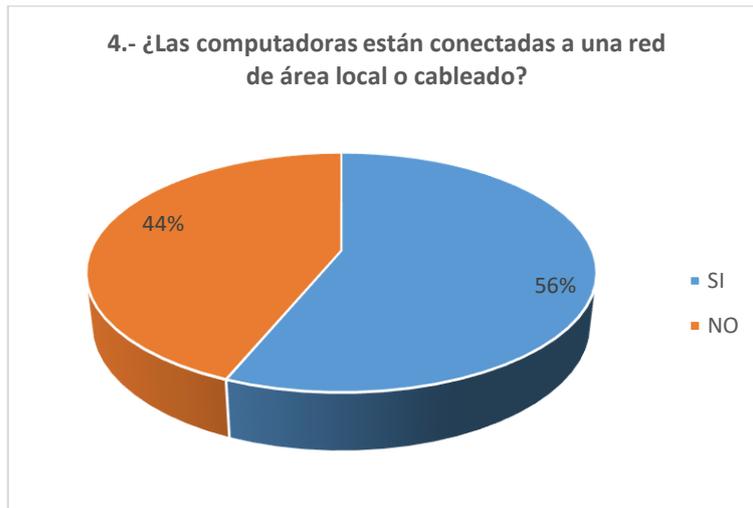
#### 4.- ¿Las computadoras están conectadas a una red de área local o cableado?

Tabla 11 Verificación de Cableado Estructurado

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	208	56%
NO	162	44%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

Gráfico # 5 Verificación de Cableado Estructurado



Elaborado por: El Autor

Con esta pregunta puntualizamos que cantidad de negocios se encuentran ya con un sistema de cableado estructurado. Nos fijamos de que un 56% si se encuentran interconectadas y que nos hace suponer que utilizan formatos o programas de funciones administrativas. Y 44% que no se encuentra con este tipo de servicio, pues se manifiesta la oportunidad de gestionar incorporarlo.

#### Dependiendo la respuesta de la pregunta # 4

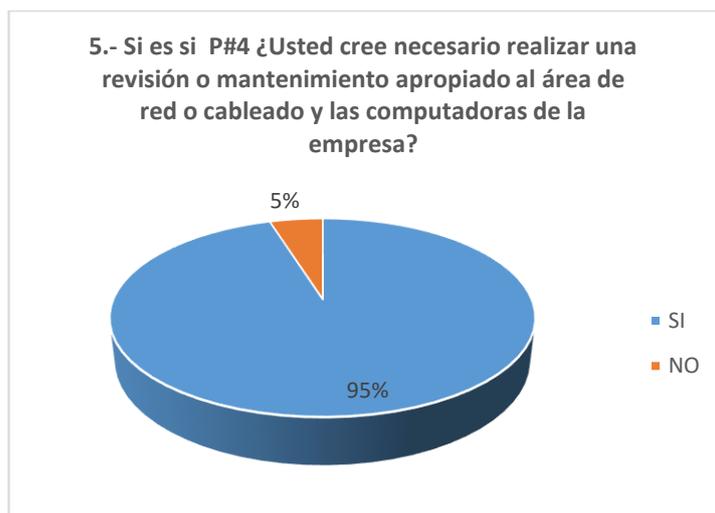
**5.- Si es si ¿Usted cree necesario realizar una revisión o mantenimiento apropiado al área de red o cableado y las computadoras de la empresa?**

Tabla 12 Cálculo para Gestionar Venta de Mantenimiento en Redes

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	198	95%
NO	10	5%
<b>TOTAL</b>	<b>208</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

Gráfico # 6 Cálculo para Gestionar Venta de Mantenimiento en Redes



Elaborado por: El Autor

En esta pregunta se hizo una segmentación con respecto al resultado de las respuestas de la pregunta #3. Donde se calcula cuantas de las empresas que dijeron si estarían dispuestos a realizar los debidos mantenimientos al cableado que se encuentran utilizando. El 95% dispuso de manera afirmativa, datos que podrían ser aprovechados de manera eficiente en el área de ventas. Y un 5% que no lo cree necesario.

#### Dependiendo la respuesta de la pregunta # 4

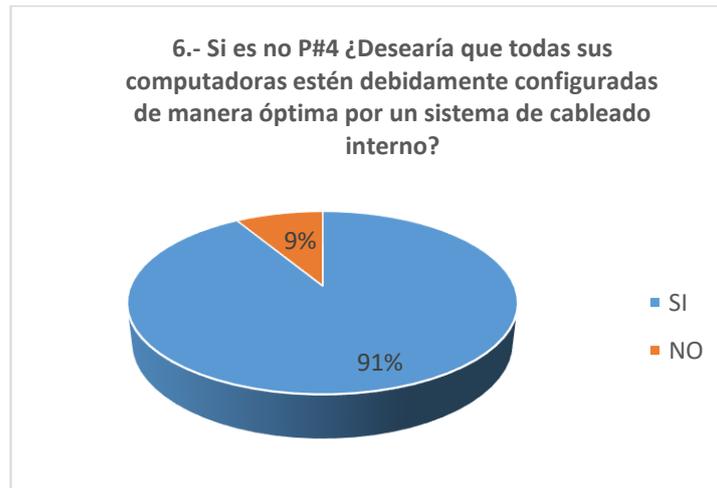
**6.- Si es no ¿Desearía que todas sus computadoras estén debidamente configuradas de manera óptima por un sistema de cableado interno?**

Tabla 13 Explotar Mercado sin Servicio de Cableado

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	148	91%
NO	14	9%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

### Gráfico # 7 Explotar Mercado sin Servicio de Cableado



Elaborado por: El Autor

Se utiliza la respuesta negativa de la pregunta #3, con la que preguntamos si están dispuestos a incorporar un cableado estructurado para las mejoras de sus funciones empresariales. Con lo que obtuvimos una respuesta afirmativa del 91% donde podemos explotar ese nicho de mercado que no se encuentra atendido en el área de servicios de cableado estructurado. Y un 9% toma una postura negativa de realizar una inversión en este tipo de servicios.

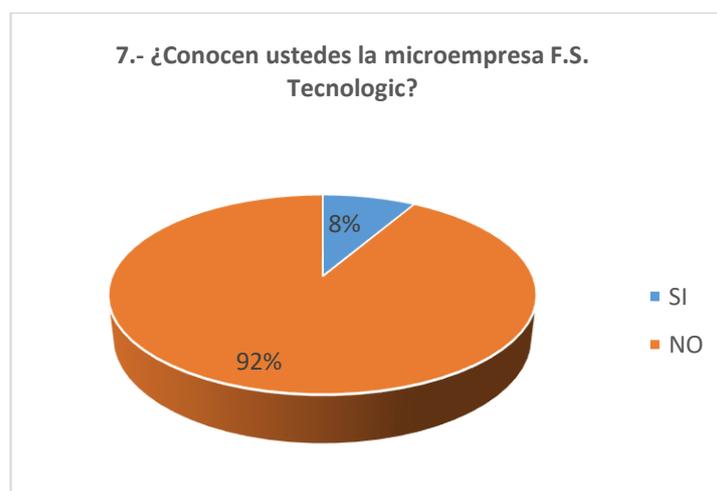
### 7.- ¿Conocen ustedes la microempresa F.S. Technologic?

Tabla 14 Posición de la Microempresa

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	31	8%
NO	339	92%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

Gráfico # 8 Posición de la Microempresa



Elaborado por: El Autor

Con esta pregunta nos da una idea de que cantidad de empresas saben de la existencia de la microempresa F.S. Tecnologic, y también la oportunidad de aquellas que no la conocen como se observa en un 92% puedan llegar a conocer los servicios que brindan.

#### Dependiendo la respuesta de la pregunta #7

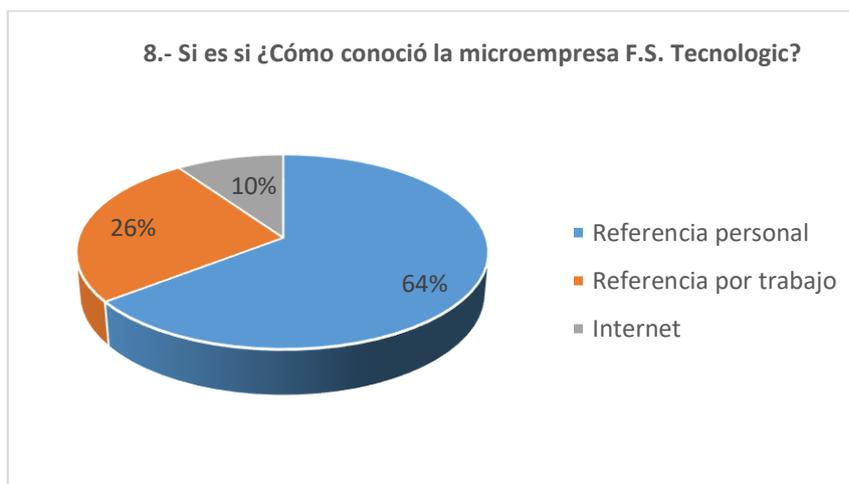
#### 8.- Si es si ¿Cómo conoció la microempresa F.S. Tecnologic?

Tabla 15 Distribución de Publicidad Actual

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Referencia personal	20	65%
Referencia por trabajo	8	26%
Internet	3	10%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

Gráfico # 9 Distribución de Publicidad Actual



Elaborado por: El Autor

Verificamos con esta pregunta como fue conocido la microempresa F.S. Tecnologic, en que medios se distribuyo esta informacion. Donde notamos que de la cantidad de 31 empresas 20 fueron por referencias personales, esto constituye un 64% de la encuesta, un 26% por referencias o recomendaciones de trabajos ya realizados, y solo 3 personas por busqueda en internet que dentro de la encuesta es el 10%.

**Solo los que respondieron la pregunta #8**

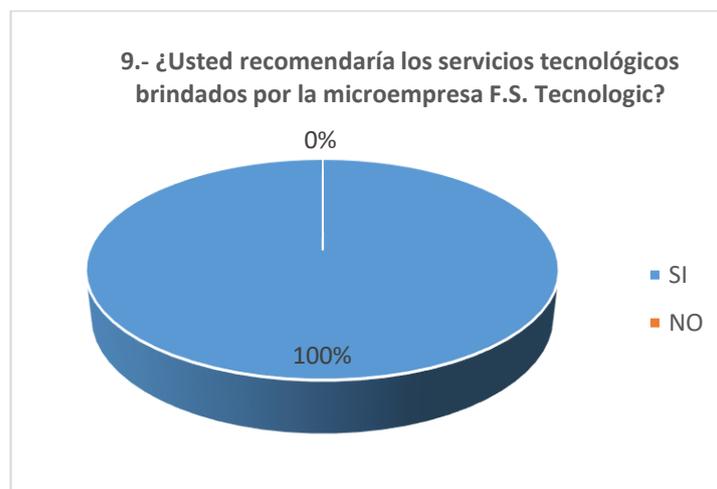
**9.- ¿Usted recomendaría los servicios tecnológicos brindados por la microempresa F.S. Tecnologic? (Se acaba la encuesta)**

Tabla 16 Lealtad del Cliente Actual

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	31	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

Gráfico # 10 Lealtad del Cliente Actual



Elaborado por: El Autor

Con esta pregunta que se solo se la hace al segmento de aquellos clientes que conocen el trabajo realizado por la microempresa F.S. Tecnologic y la lealtad que tienen con la organización. Se observa un 100% de respuesta afirmativa sobre la recomendaciones que ellos pueden dar, y constituyen como un aliado al conseguir mayor cantidad de clientes.

#### Dependiendo de la pregunta 7

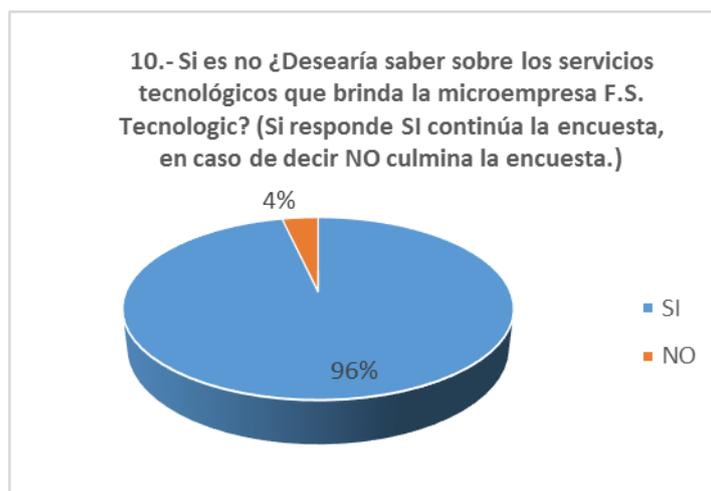
10.- Si es no ¿Desearía saber sobre los servicios tecnológicos que brinda la microempresa F.S. Tecnologic? (Si responde SI continúa la encuesta, en caso de decir NO culmina la encuesta).

Tabla 17 Estudio de Nuevos Mercados

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	327	96%
NO	12	4%
<b>TOTAL</b>	<b>339</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

Gráfico # 11 Estudio de Nuevos Mercados



Elaborado por: El Autor

Con esta pregunta verificamos que cantidad de gestion debemos hacer para proyectarnos a este nicho de mercado. La respuesta es muy favorable ya que son 327 empresas que desean saber de la microempresa F.S. Tecnologic. Esta cantidad corresponde al 96% de la encuesta, en cambio un 4% no desea tener mayor informacion y es por eso que se hace la culminacion de la encuesta.

**Dependiendo respuesta afirmativa en la pregunta #10**

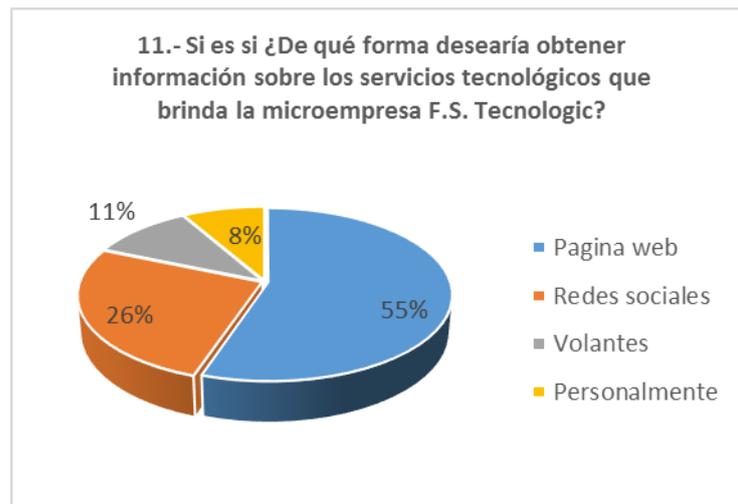
**11.-¿De qué forma desearía obtener información sobre los servicios tecnológicos que brinda la microempresa F.S. Tecnologic?**

Tabla 18 Medios de Gestión Publicitaria

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Pagina web	187	55%
Redes sociales	89	26%
Volantes	35	10%
Personalmente	28	8%
<b>TOTAL</b>	<b>339</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

Gráfico # 12 Medios de Gestión Publicitaria



Elaborado por: El Autor

Con esta pregunta damos opciones para saber en que medios podemos invertir en publicidad y buscar la manera de darnos a conocer en el mercado. Como primera opción la pagina Web obtuvo un 55% dentro de la encuesta, las redes sociales es parte importante de las gestiones laborales y se manifestaron un 26% de aceptación. Las volantes estan en un 11%, que nos permite a no invertir en mayor cantidad en este medio y la gestión personalizada en un 8%, que se encargaría la gerencia en conjunto con el vendedor.

### 3.3.1.1. Conclusión de las encuestas

Según el tamaño de la muestra observamos que un 100% de los mismos tienen una estructura tecnológica desde computadoras de uso personal hasta sistemas de redes. El sector de las pequeñas empresas tiene 2 grandes proporciones a trabajar con más ímpetu, como son la comercial y la de servicios. La cantidad de 339 pequeñas empresas es un sector muy prometedor para una penetración de mercado.

### **3.3.2. Análisis de las entrevistas realizadas a clientes actuales de la microempresa F.S. Tecnologic (ANEXO #2)**

Se realizaron 4 entrevistas a clientes considerados fijos por la constante ayuda tecnológica que se les ha brindado y la fidelidad que han demostrado cuando requieren de los servicios que brinda la microempresa F.S. Tecnologic. Las preguntas fueron relacionadas a dos perspectivas puntuales: Investigar la aceptación de los clientes actuales y verificar sus necesidades o servicios adicionales que requieran. Para tener más detalle de los entrevistados en el Anexo #2 encontraremos los datos y links de las entrevistas.

Como primera pregunta fue: ¿Cómo conoció la existencia de la microempresa F.S. Tecnologic? Se realiza esta pregunta para constatar cual fue la forma en que estas empresas pudieron llegar a conocer F.S. Tecnologic. Y en su totalidad respondieron que por referencias personales.

Como segunda pregunta fue: ¿Qué productos o servicios solicitó a la microempresa F.S. Tecnologic? Esta pregunta se basa directamente en saber el tipo de servicio que la microempresa le ha brindado al cliente. Ellos manifestaron de forma variada exponiendo como base 2 servicios expresados.

Como tercera pregunta fue: ¿Está conforme con el trabajo realizado por la microempresa F.S. Tecnologic? Pregunta dirigida a la eficiencia y eficacia de los trabajos realizados en cada una de estas organizaciones. La respuesta fue unánime y positiva para todos. Trabajos realizados de manera óptima y a tiempo.

La cuarta pregunta fue: ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir por parte de la microempresa F.S. Tecnologic? Dirigimos esta pregunta a saber que otro tipo de servicios ellos podrían estar solicitando. Dos respondieron que requerían instalaciones de cámaras de seguridad y los otros dos que estaban conformes por el momento.

La quinta pregunta fue: ¿Qué mejoras desearían ver en la microempresa F.S. Tecnologic? Esta pregunta conlleva a ver al cliente sus deseos sobre la forma como se maneja la microempresa en el aspecto administrativo u operacional. Nos supieron manifestar que deseaban mayor cantidad de personal para atender requerimientos técnicos puntuales y también una extensión en el nivel de crédito para ellos como clientes.

Como sexta pregunta se dijo: ¿Usted recomendaría los servicios que brinda la microempresa F.S. Tecnologic? ¿Por qué? Esta pregunta se basa específicamente en la fidelidad del cliente para con el trabajo de la microempresa. La respuesta de todos fue afirmativa, brindando la confianza al trabajo realizado y mencionaron la responsabilidad, puntualidad y garantía que se demostró en los proyectos.

La última pregunta fue: ¿Le gustaría recibir publicidad referente a los productos y servicios de la microempresa F.S. Tecnologic? Si es si ¿En qué medio de comunicación? Pregunta para saber de qué manera es más factible enviar la información respectiva a los servicios que ofrece F.S. Tecnologic. Todas las respuestas fueron puntualizadas a la página web, correos electrónicos y servicio personalizado.

### **3.3.2.1. Conclusión de las entrevistas**

En conclusión, las respuestas fueron satisfactorias que nos coloca en la posición de mejorar nuestros procesos y cumplir con los trabajos de manera eficiente y eficaz. Tratar de incorporar un nuevo servicio como es el cableado de cámaras de seguridad, tratar de mejorar los procesos administrativos y expandirnos formando estrategias de publicidad, de esta forma tendremos la posibilidad de posicionamiento en el mercado.

# CAPÍTULO IV

## Propuesta

### 4.1. Tema de la propuesta

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL CRECIMIENTO DE LA MICROEMPRESA F.S. TECNOLÓGIC

### 4.2. Elaboración del plan estratégico

#### 4.2.1. Misión

Satisfacer las necesidades de servicios tecnológicos a nuestros clientes de manera eficiente y eficaz. Con el fin de encontrar la fidelidad de los clientes y así obtener una mayor cantidad de ingresos y generando puestos de trabajo.

#### 4.2.2. Visión

Ser una empresa líder en servicios tecnológicos en la provincia del Guayas dentro de los 5 años, ofreciendo la última tecnología en productos y servicios con el personal debidamente capacitado y así brindar un excelente.

#### 4.2.3. Objetivos

Los objetivos que la microempresa debe planear son:

- Incrementar el número de clientes y por ende el número de ventas y posicionarnos en el mercado de los servicios tecnológicos.

- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes y ofrecerles nuevas alternativas de productos o servicios.
- Llegar a ser una pequeña empresa solvente con la posibilidad de constituirnos.

#### **4.2.4. Valores de la microempresa**

Una microempresa debe manejar unos buenos valores organizacionales como:

- Responsabilidad. - Asumir el compromiso de cumplir el trabajo encomendado.
- Puntualidad. - Realizar todas las gestiones laborales con la puntualidad que se estipula con anticipación.
- Comunicación. - Mantener un dialogo y de buena actitud para con los clientes y principalmente a los compañeros de trabajo.
- Respeto. – Ante todas las jerarquías y sobre todo a las decisiones gerenciales.

#### **4.2.5. Normas y políticas del servicio al cliente**

- Brindar los servicios requeridos por los clientes de manera amable y escuchando de forma atenta sus necesidades para poderlas cubrir.
- El vendedor debe ofrecer la información más detallada y entendible posible al cliente con una excelente actitud.
- El departamento técnico tiene que manejar una actitud dócil y de buen trato al ejecutar los procesos de los trabajos delegados, escuchando así las sugerencias de mejoras.

#### **4.2.6. Análisis del mercado**

El mercado meta que se está enfocando la microempresa F.S. Tecnologic son las pequeñas empresas que se encuentran en la provincia del Guayas, nicho de mercado que tiene una gran capacidad de pago y con ideas de mejoras tecnológicas para sus procesos laborales diarios.

Los productos y servicios que ofrece la microempresa F.S. Tecnologic tiene grandes posibilidades de aceptación, todo depende de las preferencias y la necesidad que tenga el consumidor, ya que los servicios que se les ofrecería relativamente no se constituiría en un gasto, sino en una inversión. Y según el comportamiento del mercado actual hay grandes posibilidades de tener éxito. La competencia es grande, pero tenemos ventajas competitivas con la que podemos lidiar con este mercado que exige mucho. De esta manera podremos aplicar estrategias que ayuden a competir en el negocio.

## Matriz FODA

Tabla 19 MATRIZ FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena relación comercial con proveedores.</li> <li>- Experiencia en el área de cableado, soporte técnico y ventas tecnológicas.</li> <li>- Buena referencia comercial con clientes fijos</li> <li>- Local Propio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal sin contrato fijo y sin afiliación al IESS.</li> <li>- Carencia de publicidad.</li> <li>- Falta de un vendedor de planta.</li> <li>- Problemas en la estructura organizacional.</li> <li>- Jefe técnico sin capacitación titulada.</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevos clientes en el área comercial sin servicios técnicos.</li> <li>- Necesidades de servicios de sistemas de Seguridad</li> <li>- La existencia de seminarios y cursos para adquirir conocimiento y las certificaciones técnica de los productos que adquirimos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingreso de nuevas competencias indirectas.</li> <li>- La migración del personal técnico por la falta de estabilidad laboral.</li> <li>- Posibilidad de nuevos impuestos a las importaciones de productos tecnológicos.</li> </ul>

### 4.2.7. Estrategias a ejecutar

Para el desarrollo de estrategias, se procederá a realizar el análisis de la matriz FODA, la matriz Ansoff y el modelo de las cinco fuerzas de Porter, con las que se podrán identificar las oportunidades del negocio, aprovechar mejor los recursos, conocer las preferencias de los consumidores por los productos y lograr determinar las competencias.

#### 4.2.7.1. Estrategia FO, DO, FA, DA

Tal como se menciona en la Tabla 18 de la matriz FODA, se da a conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la microempresa en el periodo actual, se realizó el análisis mediante la combinación de estos factores para así definir diversas estrategias como las ofensivas adaptativas, reactivas y defensivas. (FO – DO – FA – DA), que servirán para el negocio.

Tabla 20 Estrategia FO, DO, FA, DA

<b>Estrategia FO (Ofensiva)</b>	<b>Estrategia DO (Adaptativas)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Convenio con proveedores con un sistema de crédito de hasta 3 meses, para ser ofrecido al cliente, un año como prueba.</li><li>- Descuento hasta el 10% en servicios de soporte técnico por un año.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Incorporación de un vendedor con experiencia en el área tecnológica.</li><li>- Capacitación a Jefe técnico con certificación.</li><li>- Manejo de una estrategia publicitaria constante.</li><li>- Realizar una nueva estructura organizacional.</li></ul>
<b>Estrategia FA (Reactivas)</b>	<b>Estrategia DA (Defensiva)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Buscar nuevos puntos estratégicos para la expansión de F.S. Tecnologic</li><li>- Incorporación de servicios de cableado en sistemas de seguridad.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Manejo de contrato con técnico, donde se estipule la devolución de los valores de inversión en capacitación de manera inmediata.</li><li>- Apalancamiento hasta el 70% sobre facturación en proyectos de cableado.</li></ul>

#### 4.2.7.2. Estrategia con la matriz Ansoff

Las referencias que manifiesta la Matriz Ansoff para su estudio de estrategias de crecimiento, está basada en el análisis de productos y mercados; a la vez en la ayuda de definir alternativas estratégicas que mejor se ajusten a la situación actual del negocio.

Según el estudio y la similitud gestionada se ha decidido que la estrategia de crecimiento que se va a utilizar es la Penetración de mercado o conocida también como estrategia de Crecimiento, la misma que radica en vender productos y servicios existentes a su mercado

actual y sobretodo expandirse en un sector tecnológico donde hay cabida para la competencia.

Tabla 21 Estrategia con la Matriz Ansoff

	<b>PRODUCTOS ACTUALES</b>
<b>MERCADOS ACTUALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fidelización de los clientes actuales.</li> <li>- Implementar la imagen corporativa.</li> <li>- Ingresar a un mercado definido y extender la cartera de clientes</li> </ul>

#### 4.2.7.3. Estrategia y análisis de las cinco fuerzas de Porter

En base a los conceptos de esta estrategia podemos observar la capacidad de competitividad en el mercado y las deficiencias que tiene actualmente la microempresa F.S. Tecnologic con el objetivo de superarlas.

#### Rivalidad entre los competidores presentes

Para superar a los competidores se debe implementar una estrategia directa como la siguiente:

- Incorporar una campaña publicitaria en diversos canales de comunicación y proyectarnos a competir a la par con los actuales competidores.
- Realizar una proyección por un año en descuento del el 10% en los servicios de soporte técnico para ocupar mercado.

### **Amenaza de nuevos participantes**

Para combatir el ingreso de nuevos competidores debemos implementar estrategias como:

- Estar actualizados según las tendencias tecnológicas y productos con tal.
- Ofrecer mejores condiciones de ventas, brindando facilidades de pago por medio de créditos.

### **Amenaza de productos y servicios sustitutos**

En el ingreso de productos o servicios sustitutos, F.S. Tecnologic trata de manejar productos de alta gama o calidad y en servicios trata de apegarse al movimiento del mercado.

- Diversificar nuestros servicios incorporando el servicio de cableado en sistemas de seguridad y certificaciones con el objetivo de adaptar a la gama de productos que ofrecemos.
- Actualizarse constantemente de las tendencias en productos tecnológicos, haciendo un análisis de los mismos y exponiendo a los clientes las debilidades y beneficios entre el actual y el sustituto.

### **Poder de los proveedores**

Para mantener una buena negociación con los proveedores se debe tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Ser puntuales en los pagos por compra de productos.
- Petición de crédito hasta 3 meses, con el compromiso de elevar los márgenes de compras.

## Poder de los compradores o clientes

Para concretar una venta con un cliente, el vendedor debe ser muy sutil y conocer sobre el producto que se ofrece, además de aplicar estrategias como:

- Demostrar la diferenciación en los productos que se ofrece con respecto a la competencia.
- Aumentar la comunicación con el cliente.
- Brindarles beneficios en los pagos por medio de créditos de hasta 3 meses en productos y servicios para los actuales clientes y solo servicios para los nuevos.
- Realizar descuentos hasta el 10% en los servicios de soporte técnico para ocupar mercado

### 4.3. Plan de acción

#### 4.3.1. Estrategia de publicidad

Tabla 22 Estrategia de Publicidad F.S. Tecnologic

<b>ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD PARA LA MICROEMPRESA 2017</b>			
<b>ACCION</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
<b>Diseño de una página Web, para promocionar los servicios y productos (ANEXO #5)</b>	Gerente	1 Sola Vez	\$300,00
<b>Dominio y Alojamiento de página Web anual (ANEXO #5)</b>	Gerente	Permanente	\$100,00
<b>Actualización de página Web</b>	Gerente Vendedor Jefe Técnico	Mensual	-
<b>Tarjetas de Presentación (2000 unid)</b>	Gerente	3 Mes/Año	\$110,00
<b>Banner full color 2m X 1,50 cm (ANEXO #6)</b>	Gerente	Anual	\$25,00
<b>Volantes, Hojas Membretadas o Carpetas full color (2000 unid) (ANEXO #6)</b>	Gerente	3 Mes/Año	\$130,00
<b>Redes Sociales</b>	Vendedor	Permanente	-

Elaborado por: El Autor

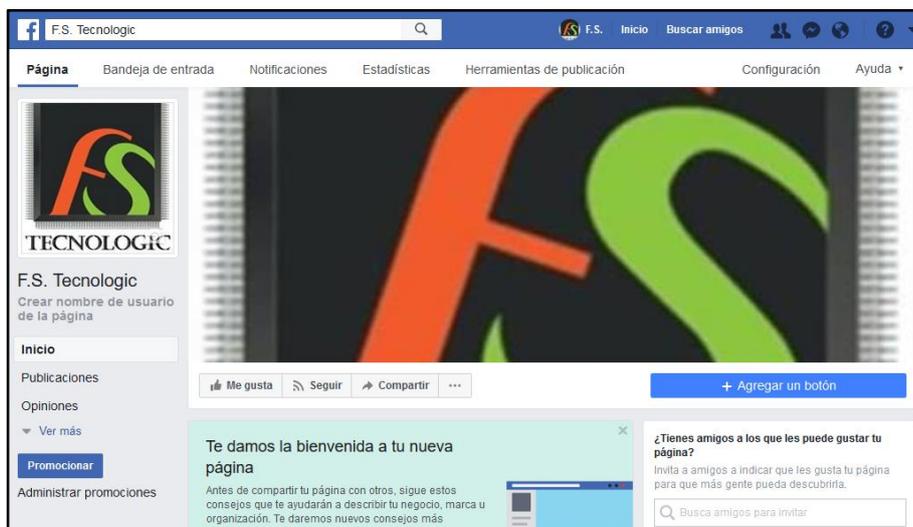
El darse a conocer es parte primordial para poder generar mayor cantidad de cliente y por ende recursos. La publicidad electrónica por medio de páginas web y redes sociales es la tendencia actual, por lo tanto, la microempresa F.S. Tecnologic invierte en estos campos para generar posicionamiento en el mercado y dar facilidades a los actuales y potenciales clientes a que nos conozcan. La microempresa F.S. Tecnologic consta con un logotipo que será difundido en: Página Web, redes sociales como Facebook, tarjetas de presentación, banner y volantes.

Imagen # 25 Logotipo F.S. Tecnologic



Elaborado por: El Autor

Imagen # 26 Página de Facebook F.S. Tecnologic



Elaborado por: El Autor

#### 4.3.2. Estrategia estructura organizativa

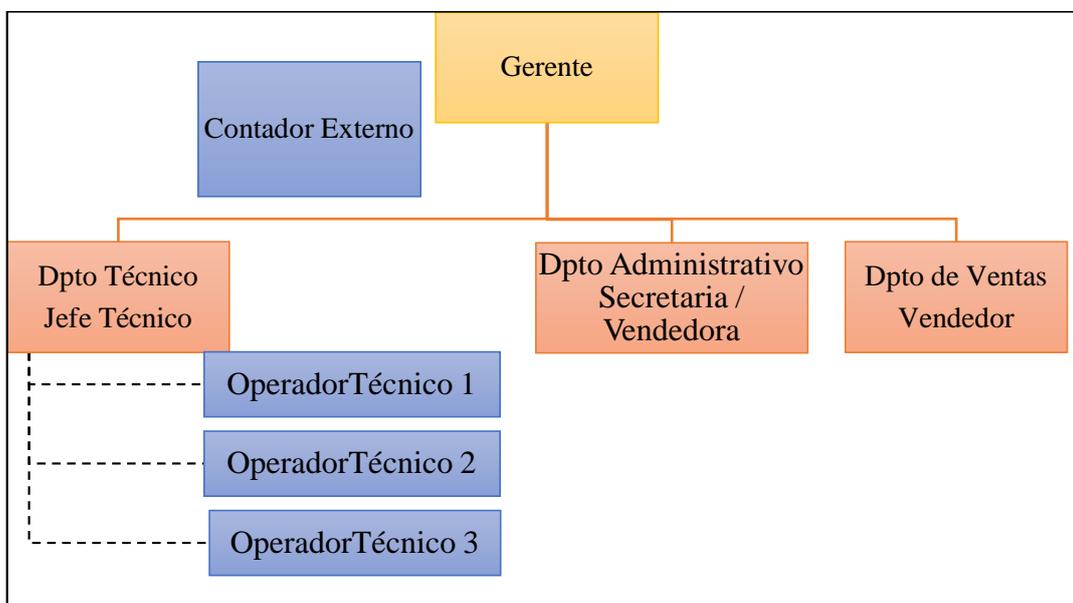
Tabla 23 Estrategia Estructural de F.S. Tecnologic

ESTRATEGIA ESTRUCTURAL EN LA MICROEMPRESA 2017			
ACCION	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO
Socializar la misión, visión y objetivos de la Microempresa F.S. Tecnologic	Gerente	PERMANENTE	N/A
Socializar el organigrama estructural de la Microempresa F.S. Tecnologic	Gerente	PERMANENTE	N/A
Descripción de cargos y responsabilidades asignadas al personal	Gerente	PERMANENTE	N/A

Elaborado por: El Autor

La misión, visión y objetivos están definidos en esta propuesta donde se manifiesta el compromiso a corto y largo plazo de la microempresa F.S. Tecnologic de poder manifestar un crecimiento integral. De acuerdo a los problemas que presenta la microempresa F.S. Tecnologic en su estructura organizacional se ha realizado una reestructuración del organigrama de la con el fin de mejorar sus procesos.

Tabla 24 Organigrama Propuesto F.S. Tecnologic



Elaborado por: El Autor

La propuesta del organigrama nos ayudará a la organización y designación de responsabilidades a cada uno de los cargos que este manifiesta a cada personal. Se han definido funciones específicas para cada uno de los trabajadores, los cuales se muestran a continuación:

Tabla 25 Funciones del Gerente - Propietario

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>GERENTE - PROPIETARIO</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	N/A
<b>OBJETIVO</b>	Planificar, analizar y realizar estrategias nuevas y necesarias para el negocio, asumiendo las responsabilidades de éxito o fracaso que se presenten.
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprometerse a brindar seguridad y confianza a sus colaboradores.</li> <li>- Estar actualizado e informado de las nuevas tendencias del mercado, para que pueda generar mayores conocimientos a sus empleados.</li> <li>- Mantener apertura y motivar a sus empleados para que todos trabajen con una buena actitud, escuchándolos y procurando su mejoramiento.</li> <li>- Coordinar, delegar y establecer normas al personal, para que tengan una guía clara de sus responsabilidades.</li> <li>- Manejar gestiones de compras y contacto directo con los proveedores para gestionar productos y créditos para los clientes.</li> <li>- Gestión de facturación y cobranza</li> </ul>

Elaborado por: El Autor

Tabla 26 Funciones del Contador Externo

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>CONTADOR EXTERNO</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE - PROPIETARIO
<b>OBJETIVO</b>	Analizar, ordenar e interpretar toda la documentación recibida en el mes.
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar las declaraciones de impuestos mensuales, impuesto a la renta, y anexos correspondientes.</li> <li>- Registrar los formularios de los beneficios sociales tales como, el décimo tercero, décimo cuarto, aportes y fondo de reserva de los trabajadores.</li> <li>- Verificar los cheques emitidos en el mes.</li> <li>- Elaborar los Estados Financieros del negocio</li> </ul>

Elaborado por: El Autor

Tabla 27 Funciones del Jefe Técnico

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>JEFE TÉCNICO</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE - PROPIETARIO
<b>OBJETIVO</b>	Encargado de la planificación técnica general de trabajos y proyectos que se generen. Dirigir y controlar al personal técnico.
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estar actualizado en las nuevas tendencias tecnológicas del mercado, y cada una de las características de los productos.</li> <li>- Realizar las capacitaciones y certificaciones técnicas de actuales y nuevos productos o servicios y asesorar al equipo de trabajo sobre novedades tecnológicas que se presenten.</li> <li>- Planificar y diseñar los planos de cableado estructurado según los proyectos y las visitas técnicas a cliente.</li> <li>- Control, planificación y revisión en los trabajos de soporte técnico.</li> <li>- Informar al propietario sobre los problemas que presentan los clientes, y buscar ideas para ayudar a solucionarlos.</li> <li>- Organizar la mercadería que se deba comprar dependiendo del tipo de trabajo a realizar.</li> <li>- Colaborar en la búsqueda de estrategias técnicas para agilizar la entrega de trabajos o proyectos.</li> <li>- Dirección y control del personal técnico externo</li> <li>- Levantamiento de informes relacionados con trabajos realizados y pendientes.</li> </ul>

Elaborado por: El Autor

Tabla 28 Funciones del Vendedor

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>VENDEDOR</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE - PROPIETARIO
<b>OBJETIVO</b>	Asesoramiento técnico integral de los servicios que ofrece la Microempresa F.S. Tecnologic, y gestionar el proceso de ventas.
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer las nuevas tendencias del mercado en partes y piezas tecnológicas, y de cada una de las características de los productos.</li> <li>- Ser nexo principal entre el cliente y la microempresa.</li> <li>- Analizar y gestionar las ventas requeridas para alcanzar las proyecciones mensuales.</li> <li>- Asesorar a los clientes y comprobar el funcionamiento correcto de los productos.</li> <li>- Informar al propietario sobre los problemas que presentan los clientes, y buscar ideas para ayudar a solucionarlos.</li> <li>- Encargado de revisar y modificar la publicidad de la página Web y las redes sociales.</li> <li>- Colaborar en la búsqueda de estrategias publicitarias.</li> <li>- Realizar informes sobre alguna novedad de la competencia en el sector y de las ventas realizadas cada semana.</li> <li>- Dar seguimiento a los trabajos realizados y el estudio de satisfacción de los clientes..</li> </ul>

Elaborado por: El Autor

Tabla 29 Funciones de Secretaria/Vendedora

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>SECRETARIA / VENDEDORA</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE - PROPIETARIO
<b>OBJETIVO</b>	Apoyo del gerente en los manejos administrativos, organizadora de documentos requeridos por el contador, ventas, manejo de dinero de caja y cobranzas de facturas.
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Archivar toda documentación referente a la microempresa.</li> <li>- Encargada de responder o realizar llamadas telefónicas a clientes o proveedores.</li> <li>- Encargada de la carpeta de cuentas por pagar a proveedores.</li> <li>- Encargada de elaborar cheques de pagos a proveedores.</li> <li>- Vendedora por medio de línea telefónica o personalizada si es factible.</li> <li>- Cobro de facturas y recepción y depósito de pagos realizados.</li> </ul>

Elaborado por: El Autor

Tabla 30 Funciones de los Técnicos Externos

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>TÉCNICOS</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	JEFE TÉCNICO Y GERENTE - PROPIETARIO
<b>OBJETIVO</b>	Encargados de los trabajos operativos y técnicos que se generen.
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaborar en la búsqueda de estrategias técnicas para agilizar la entrega de trabajos o proyectos.</li> <li>- Realizar todas las gestiones técnicas encargadas por el jefe técnico o el propietario, dependiendo las necesidades del caso.</li> <li>- Encargados de cuidar y del mantenimiento de las herramientas de la Microempresa F.S. Tecnologic.</li> <li>- Trasladar los materiales de trabajo y herramientas a los lugares que se necesiten para los trabajos.</li> </ul>

Elaborado por: El Autor

#### 4.3.3. Estrategia de ventajas competitivas

Tabla 31 Estrategia de Ventajas Competitiva

<b>ESTRATEGIA DE VENTAJAS COMPETITIVAS EN LA MICROEMPRESA 2017</b>			
<b>ACCION</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
Mantenerse actualizado con las nuevas tendencias de los productos tecnológicos.	Gerente Jefe Técnico Vendedor	Permanente	N/A
Capacitación y certificación sobre productos y servicios que se ofrecen actualmente y nuevos servicios o productos (ANEXO #3 y #4)	Gerente Jefe Técnico	6 Meses/Año	\$ 672,00

Elaborado por: El Autor

Estas estrategias ayudaran a tener un seguimiento de todas las tendencias tecnológicas, aprovechando las oportunidades de capacitación en cableado estructurado con su debida certificación y la implementación de un nuevo servicio, para el cual el jefe técnico o el propietario tienen estarán capacitándose sobre el sistema de cableado en sistemas de seguridad.

#### 4.3.4. Estrategias de ventas

Tabla 32 Estrategias de Ventas F.S. Tecnologic

<b>ESTRATEGIA DE VENTA EN LA MICROEMPRESA 2017</b>			
<b>ACCION</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
<b>Convenio con proveedores con un sistema de crédito de hasta 3 meses, para ser ofrecido al cliente.</b>	Gerente Vendedor	1 AÑO	N/A
<b>Descuento hasta el 10% en servicios de soporte técnico por un año.</b>	Gerente Vendedor	1 AÑO	10%

Elaborado por: El Autor

Estas estrategias buscan la incorporación de nuevos clientes, un incentivo para los actuales y la fidelización de todos y se maneja por un año calendario desde que se comience a gestionar. Esta estrategia vendrá de la mano con un convenio crediticio con los proveedores, gestionando plazos de pagos con ellos de 3 meses sin intereses en productos tecnológicos. Este mismo tipo de crédito se les ofrecerá a los actuales clientes que tengan un historial compra y se extenderá a los nuevos clientes en el área de servicios ya sea de cableado estructurado o soporte técnico.

#### 4.3.5. Estrategias administrativas

La contratación de un contador externo que brinde servicios prestados profesionales con el objetivo de estar al día con los requerimientos tributarios y de declaraciones, nos permitirá analizar de manera detallada los flujos y estados financieros que la microempresa está obteniendo y tomar las decisiones si este sea el caso.

Un personal fijo en el área de ventas generara mayor movimiento en la facturación de los servicios que presta la microempresa F.S. Tecnologic. El vendedor obtendrá un 3% de comisión sobre las ventas brutas pasadas de las cantidades consideradas base.

Contrato de una secretaria que será apoyo para el gerente propietario y ayuda al contador externo con la documentación necesaria para realizar las gestiones tributarias. Se manejará también como vendedora ya sea de manera telefónica o personalizada si así lo requiere el caso.

Contratos de 3 operadores técnicos con contratos fijos y estabilidad laboral. Esto nos compromete a generar más fuentes de empleo con todos los beneficios de ley correspondientes.

Tabla 33 Estrategias Administrativas F.S. Tecnologic

<b>ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS EN LA MICROEMPRESA 2017</b>			
<b>ACCION</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
<b>Contratación de un Contador Externo que realice todas las gestiones tributarias necesarias para el desarrollo de la Microempresa F.S. Tecnologic</b>	Gerente	1 AÑO	\$4.032,00
<b>Contratación de un Vendedor con experiencia en ventas de servicios tecnológicos</b>	Gerente Contador Externo	1 AÑO	\$7.630,20
<b>Contratación de una Secretaria / Vendedora que sea apoyo administrativo y que realice funciones de vendedora.</b>	Gerente Contador Externo	1 AÑO	\$6.782,40
<b>Contratación de 3 operadores técnicos que nos ayudaran en el manejo operativo en los proyectos o trabajos por realizar</b>	Gerente Contador Externo Jefe Técnico	1 AÑO	\$ 19075,50

Elaborado por: El Autor

## 4.4. Presupuestos

### 4.4.1. Costo de contratos por servicios prestados

Detallamos los costos que se tendrá al contratar los servicios de un contador externo que lleve la contabilidad de la organización. Los valores son \$300,00 más IVA mensual.

Tabla 34 Detalles Contratos de Servicios Prestados

No	SERVICIOS PRESTADOS	FACTURA MENSUAL	TOTAL FACTURA ANUAL
1	Contador Externo (ANEXO #7)	\$336,00	\$4.032,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$336,00</b>	<b>\$4.032,00</b>

Elaborado por: El Autor

### 4.4.2. Costo de capacitación

Tabla 35 Costo de Capacitación

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Curso de Capacitación Cableado LS (ANEXO #3)	2	\$392,00	\$784,00
Curso de Capacitación de CCTV (ANEXO #4)	2	\$280,00	\$560,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1344,00</b>

Elaborado por: El Autor

La capacitación de certificación y capacitación para CCTV (Cableado de Cámaras de Seguridad) será realizado por el Gerente Propietario y el Jefe Técnico de la microempresa F.S. Tecnologic.

#### 4.4.3. Costo de estrategias de publicidad

Esta tendrá en el primer mes de desarrollo el diseño de la página Web con un costo de \$300,00 y a partir del primer mes será el alquiler de dominio de la página con un costo base de \$100,00 mensuales.

Tabla 36 Estrategias de Publicidad F.S. Tecnologic

<b>ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD 2017</b>													
<b>Estrategias</b>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
<b>Página Web Diseño y Dominio</b>	\$400,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$1.500,00
<b>Tarjetas de presentación</b>	\$330,00			\$110,00			\$110,00			\$110,00			\$660,00
<b>Volantes</b>	\$130,00			\$130,00			\$130,00			\$130,00			\$520,00
<b>Banner</b>	\$25,00												\$25,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$ 885,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 340,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 340,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 340,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$2.705,00</b>

Elaborado por: El Autor

## 4.5. Plan financiero

### 4.5.1. Inversión inicial

En la Tabla 37 se muestra el monto total de inversión fija que se puede adquirir, los gastos pre-operacionales como permisos, registros legales y además los gastos de investigación de mercado; además del capital de trabajo necesario.

Tabla 37 Inversión Inicial F.S. Tecnologic

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>			<b>Valor Total</b>
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$ 12.256,80
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES			\$ 1.500,00
CAPITAL DE TRABAJO			\$ 1.412,09
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>			<b>\$ 15.168,89</b>

Elaborado por: El Autor

### 4.5.2. Capital de trabajo y ciclo de efectivo

En la Tabla 38 mostramos se muestra los resultados de los costos de venta, gastos administrativos y gastos de ventas donde se señala las comisiones, el transporte y la publicidad anual necesaria para nuestro propósito.

Tabla 38 Capital de Trabajo F.S. Tecnologic

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
	Año 1
COSTO DE VENTA	\$ 123.807,25
GASTOS ADM.	\$ 35.563,65
GASTOS VENTA	\$ 10.080,20
<b>CAO</b>	<b>\$ 169.451,10</b>

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 1.412,09</b>
---------------------------	--------------------

Elaborado por: El Autor

Tabla 39 Ciclo de Efectivo F.S. Tecnologic

<b>CICLO DE EFECTIVO</b>		
Días de Adquisición y Producción		2
Días de Venta		2
Días de Cobro		2
(-) Días de Pago		3
<b>CICLO EFECTIVO EN DÍAS</b>		<b>3</b>

Elaborado por: El Autor

Dentro de los ciclos de efectivo que se muestra en la Tabla 39 observamos tenemos pocos en adquisición y ventas, lo cual nos lleva a tener solo 3 días para manifestar un ciclo aceptable a nuestra propuesta.

#### 4.5.3. Gastos administrativos

En la Tabla 40 se muestra los gastos administrativos, dentro de los sueldos y salarios se encuentra un incremento anual del 0,28% en base a la inflación registrada por el banco central hasta el mes de agosto 2017. La contratación del contador externo también tendrá una variación de un 10% incremental desde el año 2. El presupuesto de capacitación será hasta el año 3, donde se cubrirá el personal con dichos conocimientos, pero con una cláusula en su contrato para los técnicos y vendedor donde se estipule que, si su salida es prematura después de haber adquirido los cursos, se le quedará retenido los valores de dicha capacitación mediante su liquidación. El gasto pre-operacional solo se generará en el primer año por concepto de apertura en permisos y registros de patentes y el estudio de mercado.

Tabla 40 Gastos Administrativos F.S. Tecnologic

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$ 26.281,80	\$ 26.355,39	\$ 26.429,18	\$ 26.503,19	\$ 26.577,39
Serv. Básicos / año	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Suministros al año	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Contador Externo / Año	\$ 4.032,00	\$ 4.435,20	\$ 4.878,72	\$ 5.366,59	\$ 5.903,25
Internet y Celular	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00
Presupuesto de Capacitación	\$ 1.344,00	\$ 1.344,00	\$ 1.344,00	\$ -	\$ -
Permisos / año	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Deprec. Área Adm. / año	\$ 365,85	\$ 365,85	\$ 365,85	\$ 365,85	\$ 365,85
Gastos Pre-operacionales	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL GASTOS ADM.</b>	<b>\$ 35.563,65</b>	<b>\$ 34.540,44</b>	<b>\$ 35.057,75</b>	<b>\$ 34.275,63</b>	<b>\$ 34.886,50</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.5.4. Ingreso por ventas

Tabla 41 Ingreso de Ventas F.S. Tecnologic

<b>INGRESO POR VENTA</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Cableado Estructurado en Redes	8	9	11	12	14
Soporte Técnico	12	14	16	18	21
Ventas de Equipos Tecnologicos	20	23	26	30	35
Cableado Estructurado en CCTV-Seguridad	4	5	5	6	7
Precio Cableado Estructurado en Redes	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 606,00	\$ 612,06	\$ 618,18
Precio Soporte tecnico	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,35	\$ 35,70	\$ 36,06
Precio Ventas de Equipos Tecnologicos	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Precio Cableado Estructurado en CCTV-Seguridad	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00
<b>Ingresos Mensuales</b>	<b>\$ 13.820,00</b>	<b>\$ 15.893,00</b>	<b>\$ 18.345,98</b>	<b>\$ 21.178,07</b>	<b>\$ 24.447,91</b>
<b>INGRESOS ANUALES</b>	<b>\$ 165.840,00</b>	<b>\$ 190.716,00</b>	<b>\$ 220.151,81</b>	<b>\$ 254.136,79</b>	<b>\$ 293.374,91</b>

<b>DETALLE DE INGRESOS MENSUALES</b>					
Precio Cableado Estructurado en Redes	\$ 4.800,00	\$ 5.520,00	\$ 6.411,48	\$ 7.446,93	\$ 8.649,61
Precio Soporte tecnico	\$ 420,00	\$ 483,00	\$ 561,00	\$ 651,61	\$ 756,84
Precio Ventas de Equipos Tecnologicos	\$ 6.000,00	\$ 6.900,00	\$ 7.935,00	\$ 9.125,25	\$ 10.494,04
Precio Cableado Estructurado en CCTV-Seguridad	\$ 2.600,00	\$ 2.990,00	\$ 3.438,50	\$ 3.954,28	\$ 4.547,42
<b>Ingresos Mensuales</b>	<b>\$ 13.820,00</b>	<b>\$ 15.893,00</b>	<b>\$ 18.345,98</b>	<b>\$ 21.178,07</b>	<b>\$ 24.447,91</b>

Elaborado por: El Autor.

En la Tabla 41 se muestra de manera detallada los productos de servicios y las cifras de venta bases para que el proyecto sea sustentable. Existe 4 clases de servicios con los cuales debemos generar una facturación mínima en el primer año sea de \$13.800,00, para alcanzar los niveles requeridos. A medida que pasen los años siguientes se aumentara un 115% en las ventas mensuales por cada producto.

#### 4.5.5. Gastos de ventas

En los gastos de ventas fijamos un valor de transportación para el vendedor de manera anual, valor que puede variar según las circunstancias. Registramos los valores estimados del 3% por comisión en ventas anual y los valores de publicidad estimado, teniendo en cuenta su aumento dado los casos.

Tabla 42 Gastos de Ventas F.S. Tecnologic

<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transp. - Com. / año	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Comisiones 3% /Anual	\$ 4.975,20	\$ 5.721,48	\$ 6.604,55	\$ 7.624,10	\$ 8.801,25
Publicidad anual	\$ 2.705,00	\$ 2.405,00	\$ 2.405,00	\$ 2.405,00	\$ 2.405,00
<b>TOTAL G. VENTAS</b>	<b>\$ 10.080,20</b>	<b>\$ 10.526,48</b>	<b>\$ 11.409,55</b>	<b>\$ 12.429,10</b>	<b>\$ 13.606,25</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.5.6. Costo Operativo

La Tabla 43 nos muestra los costos de venta, los costos de mano de obra directa que en este caso son el jefe técnico y los técnicos. Además, se muestra los costos indirectos como el agua, la luz, el internet y depreciación,

Tabla 43 Costo Operativo F.S. Tecnologic

<b>COSTO OPERATIVO TOTAL</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO TOTAL DE VENTAS / AÑO	\$ 91.488,00	\$ 105.211,20	\$ 121.234,74	\$ 139.700,87	\$ 160.982,29
COSTO MOD / AÑO	\$ 28.401,30	\$ 28.480,82	\$ 28.560,57	\$ 28.640,54	\$ 28.720,73
COSTO IND ANUALES	\$ 3.917,95	\$ 3.917,95	\$ 3.917,95	\$ 3.917,95	\$ 3.917,95
<b>COSTO TOTAL OPERATIVO</b>	<b>\$ 123.807,25</b>	<b>\$ 137.609,98</b>	<b>\$ 153.713,26</b>	<b>\$ 172.259,36</b>	<b>\$ 193.620,97</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.5.7. Costo total de ventas

Basándonos en el ingreso por ventas sacamos los porcentajes de costo por cada servicio prestado de manera mensual y lo proyectamos anualmente. Estos costos son enfocados en materiales básicos que se necesitan en los cableados estructurados, transporte del personal técnico o costos de equipos tecnológicos ofrecidos.

Tabla 44 Costo Total de Ventas F.S. Tecnologic

<b>COSTO TOTAL DE VENTAS</b>						<b>% de costo</b>
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	
Precio Cableado Estructurado en Redes	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 181,80	\$ 183,62	\$ 185,45	30%
Precio Soporte tecnico	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,07	\$ 7,14	\$ 7,21	20%
Precio Ventas de Equipos Tecnologicos	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	80%
Precio Cableado Estructurado en CCTV-	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	50%
Costo Total de Ventas / Mes	\$ 7.624,00	\$ 8.767,60	\$ 10.102,89	\$ 11.641,74	\$ 13.415,19	
<b>COSTO TOTAL DE VENTAS / AÑO</b>	<b>\$ 91.488,00</b>	<b>\$ 105.211,20</b>	<b>\$ 121.234,74</b>	<b>\$ 139.700,87</b>	<b>\$ 160.982,29</b>	

<b>DETALLE DE COSTOS MENSUALES</b>					
Precio Cableado Estructurado en Redes	\$ 1.440,00	\$ 1.656,00	\$ 1.923,44	\$ 2.234,08	\$ 2.594,88
Precio Soporte tecnico	\$ 84,00	\$ 96,60	\$ 112,20	\$ 130,32	\$ 151,37
Precio Ventas de Equipos Tecnologicos	\$ 4.800,00	\$ 5.520,00	\$ 6.348,00	\$ 7.300,20	\$ 8.395,23
Precio Cableado Estructurado en CCTV	\$ 1.300,00	\$ 1.495,00	\$ 1.719,25	\$ 1.977,14	\$ 2.273,71
<b>Ingresos Mensuales</b>	<b>\$ 7.624,00</b>	<b>\$ 8.767,60</b>	<b>\$ 10.102,89</b>	<b>\$ 11.641,74</b>	<b>\$ 13.415,19</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.5.8. Gastos financieros

La inversión total es de \$15.168,89 donde se hace la disminución de un capital propio en efectivo. El capital de inversión requerido para poner en marcha el proyecto es de \$12.168,89. Esta cifra puede ser financiada por medio del banco del pacifico con una tasa de interés del 15% a un periodo de 36 meses plazo.

Tabla 45 Gastos de Inversión F.S. Tecnologic

<b>BANCO DEL PACIFICO</b>			
<b><u>Inversión Total</u></b>			
INVERSIÓN FIJA		\$ 12.256,80	
GASTOS PRE-OPERACIONALES		\$ 1.500,00	
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 1.412,09	
			\$ 15.168,89
<b><u>Capital Propio</u></b>			\$ 3.000,00

<b>CAPITAL REQUERIDO</b>	<b>\$ 12.168,89</b>
--------------------------	---------------------

<b>Condiciones del Crédito</b>	
Valor del Préstamo	<b>\$ 12.168,89</b>
Periodos de pago	<b>36</b>
Tasa de interés	<b>15,00%</b>
Forma de capitalización	mensual a 3 años
<b>PAGO</b>	<b>\$ 421,84</b>

<b>Años</b>	<b>Principal</b>	<b>Intereses</b>
1er.	\$ 3.468,79	\$ 1.593,27
2do.	\$ 4.026,42	\$ 1.035,65
3er.	\$ 4.673,68	\$ 388,38
4to.	\$ 0,00	\$ (0,00)
5to.	\$ 0,00	\$ (0,00)
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.168,89</b>	<b>\$ 3.017,30</b>

Elaborado por: El Autor

## 4.6. Estados financiero

### 4.6.1. Estados de resultados proyectados

En la Tabla 46 se observa como la utilidad neta manifiesta signos negativos al primer año de la inversión, pero a partir del año 2 hasta el año 5 existe un aumento de casi un 800%. Estas proyecciones están extremadamente ligadas al comportamiento de las ventas y sus proyecciones.

Tabla 46 Estado de Resultados Proyectados

<b>ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS</b>						
		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
VENTAS		\$ 165.840	\$ 190.716	\$ 220.152	\$ 254.137	\$ 293.375
(-) Costo de Venta		\$ (123.807)	\$ (137.610)	\$ (153.713)	\$ (172.259)	\$ (193.621)
(=) Utilidad Bruta		\$ 42.033	\$ 53.106	\$ 66.439	\$ 81.877	\$ 99.754
(-) Gastos Administrativos		\$ (35.564)	\$ (34.540)	\$ (35.058)	\$ (34.276)	\$ (34.886)
(-) Gastos de Ventas		\$ (10.080)	\$ (10.526)	\$ (11.410)	\$ (12.429)	\$ (13.606)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ (3.611)	\$ 8.039	\$ 19.971	\$ 35.173	\$ 51.261
(-) Gastos Financieros		\$ (1.593)	\$ (1.036)	\$ (388)	\$ 0	\$ 0
(=) UAIT		\$ (5.204)	\$ 7.003	\$ 19.583	\$ 35.173	\$ 51.261
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ 781	\$ (1.051)	\$ (2.937)	\$ (5.276)	\$ (7.689)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ 973	\$ (1.310)	\$ (3.662)	\$ (6.577)	\$ (9.586)
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ (3.450)</b>	<b>\$ 4.643</b>	<b>\$ 12.983</b>	<b>\$ 23.319</b>	<b>\$ 33.986</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.6.2. Flujo de caja proyectado

En el flujo de caja proyectado podemos ver como el flujo neto del periodo tiene variaciones negativas en el primer año, ya para el año 2 en adelante existe una recuperación de la inversión y el pago del préstamo concedido termina de cancelarse para el año 3 como está estipulado.

Tabla 47 Flujo de Caja Proyectado

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
INVERSIÓN FIJA*	\$ (12.257)					
UAIT		\$ (5.204)	\$ 7.003	\$ 19.583	\$ 35.173	\$ 51.261
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ 781	\$ (1.051)	\$ (2.937)	\$ (5.276)
Pago de IR		\$ -	\$ 973	\$ (1.310)	\$ (3.662)	\$ (6.577)
<b>EFFECTIVO NETO</b>		<b>\$ (5.204)</b>	<b>\$ 8.757</b>	<b>\$ 17.223</b>	<b>\$ 28.573</b>	<b>\$ 39.408</b>
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 558	\$ 558	\$ 558	\$ 558	\$ 558
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 366	\$ 366	\$ 366	\$ 366	\$ 366
(+) Aporte Accionistas	\$ 3.000					
(+) Préstamo concedido	\$ 12.169	\$ (3.469)	\$ (4.026)	\$ (4.674)	\$ (0)	\$ (0)
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ 2.912</b>	<b>\$ (7.749)</b>	<b>\$ 5.655</b>	<b>\$ 13.473</b>	<b>\$ 29.497</b>	<b>\$ 40.332</b>
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 2.912	\$ (4.837)	\$ 817	\$ 14.290	\$ 43.787
<b>(=) FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 2.912</b>	<b>\$ (4.837)</b>	<b>\$ 817</b>	<b>\$ 14.290</b>	<b>\$ 43.787</b>	<b>\$ 84.119</b>

Elaborado por: El Autor

### 4.6.3. Estado de situación financiera proyectado

El estado de situación financiera proyectados muestra una variación en su activo corriente y su patrimonio en el año 1. Pese a esa variación en el transcurso de los años posteriores existe un incremento en ambos casos.

Tabla 48 Estado de Situación Financiera Proyectados

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADOS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Efectivo	\$ 2.912	\$ (4.837)	\$ 817	\$ 14.290	\$ 43.787	\$ 84.119
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 2.912</b>	<b>\$ (4.837)</b>	<b>\$ 817</b>	<b>\$ 14.290</b>	<b>\$ 43.787</b>	<b>\$ 84.119</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>						
Computador Portátil	\$ 2.184	\$ 2.184	\$ 2.184	\$ 2.184	\$ 2.184	\$ 2.184
Router	\$ 134	\$ 134	\$ 134	\$ 134	\$ 134	\$ 134
Impresora Multifuncional	\$ 336	\$ 336	\$ 336	\$ 336	\$ 336	\$ 336
Aire Split 24btu	\$ 1.008	\$ 1.008	\$ 1.008	\$ 1.008	\$ 1.008	\$ 1.008
Percha Y Vitrina Y Mostradores	\$ 896	\$ 896	\$ 896	\$ 896	\$ 896	\$ 896
Muebles Y Equipos De Oficina	\$ 1.344	\$ 1.344	\$ 1.344	\$ 1.344	\$ 1.344	\$ 1.344
Instrumentos, Herramientas	\$ 862	\$ 862	\$ 862	\$ 862	\$ 862	\$ 862
Materiales Varios	\$ 672	\$ 672	\$ 672	\$ 672	\$ 672	\$ 672
(-) Deprec. Acum. Área Prod.	\$ -	\$ (558)	\$ (1.116)	\$ (1.674)	\$ (2.232)	\$ (2.790)
Computador Portátil	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300
Muebles Y Enseres	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800
Impresora Multifuncional	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360
Teléfonos	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160
Archivadores	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450
Aire Split 24btu	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900
Mesa De Junta Y Reuniones	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600
Otros Equipos Administrativos	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
(-) Deprec. Acum. Área Adm.	\$ -	\$ (366)	\$ (732)	\$ (1.098)	\$ (1.463)	\$ (1.829)
<b>Total Activo NO Corriente</b>	<b>\$ 12.257</b>	<b>\$ 11.333</b>	<b>\$ 10.409</b>	<b>\$ 9.485</b>	<b>\$ 8.562</b>	<b>\$ 7.638</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 15.169</b>	<b>\$ 6.496</b>	<b>\$ 11.227</b>	<b>\$ 23.776</b>	<b>\$ 52.349</b>	<b>\$ 91.757</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Porción Corriente de la Deuda	\$ 3.468,79	\$ 4.026,42	\$ 4.673,68	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ -
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ -	\$ (780,66)	\$ 1.050,52	\$ 2.937,43	\$ 5.275,90	\$ 7.689,18
Imp. A la Renta por Pagar	\$ -	\$ (973,22)	\$ 1.309,65	\$ 3.662,00	\$ 6.577,29	\$ 9.585,84
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 3.468,79</b>	<b>\$ 2.272,54</b>	<b>\$ 7.033,85</b>	<b>\$ 6.599,42</b>	<b>\$ 11.853,20</b>	<b>\$ 17.275,02</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>						
Deuda a Largo Plazo	\$ 8.700,10	\$ 4.673,68	\$ -	\$ (0,00)	\$ (0,00)	\$ (0,00)
<b>Total Pasivo NO Corriente</b>	<b>\$ 8.700,10</b>	<b>\$ 4.673,68</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ (0,00)</b>	<b>\$ (0,00)</b>	<b>\$ (0,00)</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 12.168,89</b>	<b>\$ 6.946,23</b>	<b>\$ 7.033,85</b>	<b>\$ 6.599,42</b>	<b>\$ 11.853,20</b>	<b>\$ 17.275,02</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Utilidad Retenidas	\$ -	\$ (3.450,50)	\$ 1.192,79	\$ 14.176,23	\$ 37.495,73	\$ 71.481,90
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 3.000,00</b>	<b>\$ (450,50)</b>	<b>\$ 4.192,79</b>	<b>\$ 17.176,23</b>	<b>\$ 40.495,73</b>	<b>\$ 74.481,90</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.168,89</b>	<b>\$ 6.495,73</b>	<b>\$ 11.226,64</b>	<b>\$ 23.775,66</b>	<b>\$ 52.348,93</b>	<b>\$ 91.756,92</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.6.4. Cálculo del TIR y VAN

En la Tabla 49 se da los resultados del proyecto de inversión para 5 años estimado. Se utiliza un 20 % como tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR) por la concepción del negocio. Según los cálculos se considera que el proyecto es viable dado que la tasa interna de retorno es mayor que la TMAR y el valor actual neto (VAN) se encuentra mayor a 0. El plazo de recuperación (PayBack) demuestra en el transcurso de 2 años y medio se recupera la inversión realizada.

Tabla 49 Cálculo de TIR y VAN

CÁLCULO DE TIR Y VAN						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (15.168,89)					
UAIT		\$ (5.204,37)	\$ 7.003,46	\$ 19.582,86	\$ 35.172,70	\$ 51.261,19
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ 780,66	\$ (1.050,52)	\$ (2.937,43)	\$ (5.275,90)
Pago de IR		\$ -	\$ 973,22	\$ (1.309,65)	\$ (3.662,00)	\$ (6.577,29)
<b>EFFECTIVO NETO</b>		\$ (5.204,37)	\$ 8.757,33	\$ 17.222,70	\$ 28.573,27	\$ 39.407,99
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 557,95	\$ 557,95	\$ 557,95	\$ 557,95	\$ 557,95
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 365,85	\$ 365,85	\$ 365,85	\$ 365,85	\$ 365,85
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 7.637,79
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 1.412,09
(+) Préstamo concedido		\$ (3.468,79)	\$ (4.026,42)	\$ (4.673,68)	\$ (0,00)	\$ (0,00)
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ (15.168,89)</b>	<b>\$ (7.749,36)</b>	<b>\$ 5.654,72</b>	<b>\$ 13.472,82</b>	<b>\$ 29.497,07</b>	<b>\$ 49.381,68</b>
<b>Saldo Periodo de Recuperación</b>	<b>\$ (15.168,89)</b>	<b>\$ (22.918,26)</b>	<b>\$ (17.263,54)</b>	<b>\$ (3.790,72)</b>		

<b>TMAR</b>	<b>20%</b>
<b>TIR</b>	<b>46,86%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$24.167,40</b>
<b>Pay Back</b>	<b>2,56 años</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.6.5. Punto de equilibrio

La Tabla 50 da a conocer el desglose de los costos fijos y variables mostrando el punto de equilibrio que debemos tener para alcanzar las metas proyectadas a nivel mensual llegando a un tope base de \$13.395,77.

Tabla 50 Punto de Equilibrio

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	
MOD (fija)	\$ 28.401,30	Costo Total en Ventas	\$ 91.488,00
Activo No Corriente	\$ 557,95	Energía Eléctrica	\$ 720,00
Sueldos y Salarios / año	\$ 26.281,80	Agua	\$ 240,00
Serv. Básicos / año	\$ 360,00	Internet Hosting web y otros	\$ 2.160,00
Suministros al año	\$ 300,00	Mantenimiento Equipos	\$ 240,00
Contador Externo / Año	\$ 4.032,00	Transp. - Com. / año	\$ 2.400,00
Internet y Celular	\$ 1.080,00	Comisiones 3% /Anual	\$ 4.975,20
Permisos / año	\$ 300,00	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 102.223,20</b>
Deprec. Área Adm. / año	\$ 365,85		
Gastos Pre-operacionales	\$ 1.500,00	<b># Unidades Prod. / Año</b>	<b>240</b>
Publicidad anual	\$ 2.705,00	<b>Costo Variable Unitario</b>	<b>\$ 425,93</b>
Gastos financieros	\$ 1.593,27		
<b>COSTO FIJO TOTAL</b>	<b>\$ 67.477,17</b>	<b>Precio de Venta Unitario</b>	<b>\$ 300,00</b>

$$PE = CF / (P - CVU)$$

<b>PE =</b>	<b>(536)</b>	unidades al año, o	<b>\$ (160.749,24)</b>
<b>PE =</b>	<b>(45)</b>	unidades al mes, o	<b>\$ (13.395,77)</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.6.6. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad nos demuestra que el proyecto es probable por la sensibilidad que manifiesta al colocar una variación del 5% considerado conservador para el análisis.

Tabla 51 Análisis de Sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD							VARIACIÓN
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
INVERSIÓN TOTAL	\$ (15.168,89)						
VENTAS		\$ 174.132,00	\$ 200.251,80	\$ 231.159,40	\$ 266.843,63	\$ 308.043,65	5%
(-) Costo de Venta		\$ (129.997,61)	\$ (144.490,47)	\$ (161.398,92)	\$ (180.872,33)	\$ (203.302,02)	5%
(=) Utilidad Bruta		\$ 44.134,39	\$ 55.761,33	\$ 69.760,48	\$ 85.971,30	\$ 104.741,63	
(-) Gastos Administrativos		\$ (35.563,65)	\$ (34.540,44)	\$ (35.057,75)	\$ (34.275,63)	\$ (34.886,50)	
(-) Gastos de Ventas		\$ (10.080,20)	\$ (10.526,48)	\$ (11.409,55)	\$ (12.429,10)	\$ (13.606,25)	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ (1.509,46)	\$ 10.694,41	\$ 23.293,17	\$ 39.266,57	\$ 56.248,89	
(-) Gastos Financieros		\$ (1.593,27)	\$ (1.035,65)	\$ (388,38)	\$ 0,00	\$ 0,00	
(=) UAIT		\$ (3.102,73)	\$ 9.658,76	\$ 22.904,79	\$ 39.266,57	\$ 56.248,89	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ 465,41	\$ (1.448,81)	\$ (3.435,72)	\$ (5.889,99)	
Pago de IR		\$ -	\$ 659,33	\$ (2.052,49)	\$ (4.867,27)	\$ (8.344,15)	
<b>EFFECTIVO NETO</b>		\$ (3.102,73)	\$ 10.783,50	\$ 19.403,49	\$ 30.963,58	\$ 42.014,76	
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 557,95	\$ 557,95	\$ 557,95	\$ 557,95	\$ 557,95	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 365,85	\$ 365,85	\$ 365,85	\$ 365,85	\$ 365,85	
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 7.637,79	
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 1.412,09	
(+) Préstamo concedido		\$ (3.468,79)	\$ (4.026,42)	\$ (4.673,68)	\$ (0,00)	\$ (0,00)	
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ (15.168,89)</b>	<b>\$ (5.647,73)</b>	<b>\$ 7.680,89</b>	<b>\$ 15.653,61</b>	<b>\$ 31.887,38</b>	<b>\$ 51.988,44</b>	
<b>Saldo Periodo de Recuperación</b>	<b>\$ (15.168,89)</b>	<b>\$ (20.816,62)</b>	<b>\$ (13.135,73)</b>				

<b>TMAR</b>	<b>20%</b>
<b>TIR</b>	<b>54,82%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 30.788,20</b>
<b>Pay Back</b>	<b>2,97 años</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.6.7. Índices de rentabilidad

Según el índice de rentabilidad expuesto consideramos que las proyecciones que se utilizan con las utilidades netas ya sea en las ventas netas, activos, patrimonio y capital tienen variaciones positivas que hacen viable el proyecto dependiendo de la inversión considerada

Tabla 52 Índices de Rentabilidad

<b>INDICES DE RENTABILIDAD</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS (Mvent)	-2,08%	2,43%	5,90%	9,18%	11,58%
RO (Act)	-22,75%	71,48%	115,65%	98,08%	64,92%
ROE (Patri)	765,93%	110,74%	75,59%	57,59%	45,63%
ROI (Capital)	-115,02%	154,78%	432,78%	777,32%	1132,87%

Elaborado por: El Autor

#### 4.6.8. Análisis de los factores de riesgo

Este análisis indica la vulnerabilidad que puede desarrollar el proyecto al encontrarse con factores internos o externos que no permitan ser sustentable o sostenible con el tiempo. Estos factores deben ser analizados y tomados en cuenta para tomar las correcciones del caso o prevenir dichos riesgos con antelación.

Tabla 53 Análisis de los Factores de Riesgo

<b>Factores de riesgos internos</b>	<b>Factores de riesgos externos</b>
Económico: Falta de financiamiento requerido para el proyecto.	Económico: Implementación de nuevos impuestos a las importaciones de productos tecnológicos.
Mercado: La no aceptación de los productos o servicios ofrecidos en el mercado meta.	Político: Nuevo gobierno con políticas radicales en el modelo financiero.
Organizacional: Los vendedores no lleguen al alcance de las metas requeridas.	Mercado: Aumento de precios y salida del mercado de productos tecnológicos básicos.

Elaborado por: El Autor

## Conclusiones

De acuerdo al estudio realizado en la microempresa F.S. Technologic, se obtuvo como resultado lo siguiente:

- Se elaboró un análisis de la situación actual de la microempresa F.S. Technologic con la cual se concluye la carencia de ventas que existe y su falta de explotación en el mercado de servicios tecnológicos. Se ha estancado en un nicho de mercado muy limitado y no hay una debida explotación a la experiencia, recursos y servicios que puede ofrecer, esto se debe a la falta de estudios de mercado y la debida que hay en publicidad. La falta de un rumbo de crecimiento fijados por una misión, visión y objetivos necesarios dentro de la organización.
- Se determinó varias estrategias de crecimiento en el aspecto organizacional, publicitario y financiero, aplicando modelos estratégicos como la matriz FODA, las cinco fuerzas de Porter y la matriz Ansoff. Se gestionó un análisis financiero de sensibilidad y de factores de riesgo donde se manifiesta la viabilidad del proyecto y sostenimiento a través del tiempo.
- Se diseñó un plan estratégico en los organizacional, incorporando personal calificado en áreas administrativas de soporte técnica y ventas, como el objetivo de ampliar las posibilidades de crecimiento estructural, y a un contador externo quien llevará los procesos contables y financieros del proyecto a largo plazo. La inyección de capital como estrategia principal del proyecto permitirá tener mayor estabilidad financiera al plan requerido. Se propone una estrategia de marketing y publicidad de manera física y virtual, para posicionar la marca F.S. Technologic en el mercado de los servicios tecnológicos en el sector de la pequeña empresa en la provincia del Guayas.
- Se elaboró un presupuesto de inversión, ingresos, costos y gastos para determinar la aplicación de las estrategias ya planteadas, esto ha permitido concluir que, en base al análisis de todos los estados financieros, los resultados arrojaron que el proyecto es viable, sin embargo, existe una considerada sensibilidad en las metas de ventas planteadas, ya que existen riesgos que podrían entorpecer el desarrollo de lo proyectado.

## **Recomendaciones**

En base al estudio realizado, se logró verificar los problemas que existen actualmente en la microempresa F.S. Tecnologic, he indicamos que es necesario que se aplique un plan estratégico para el crecimiento como microempresa de servicios tecnológicos y lograr obtener un mejor posicionamiento en el mercado.

- La microempresa F.S. Tecnologic debe definir una misión, visión y objetivos que estén acorde con los requerimientos de una empresa en crecimiento, donde sea distribuido hacia todos los integrantes de la misma con el compromiso de cumplir de manera integral los objetivos a corto o largo plazo.
- Realizar una inversión con alguna entidad financiera que le permita proyectarse al crecimiento estructural y comercial.
- Incorporar campañas estratégicas de publicidad en medios tecnológicos de alta tendencia y tradicionales, con el objetivo de posesionarse en el mercado de servicios tecnológicos.
- Implementar estrategias de descuentos para los clientes actuales y fomentar la fidelidad de los mismos y a la vez incentivar a los potenciales clientes a ser parte de estos beneficios que serán analizados en su debido momento.
- Debe existir una reestructuración administrativa y organizacional, incluyendo la estabilidad laboral de todos los empleados.
- Es necesario la incorporación de personal que ayude en el área de ventas, administrativo y financiero, con el objetivo de aumentar la cartera de clientes de manera progresiva y también realizar los debidos procesos administrativos.
- Diversificar los servicios tecnológicos que son tendencia en la actualidad, realizando capacitaciones certificadas de productos y servicios que requieren nuestros clientes.

## Bibliografía

- Altair Consultores. (2013). *La Elaboración de un Plan Estratégico*. Madrid: Altair.
- Baca Urbina, G. (2007). *Fundamentos de Ingeniería Económica*. México: McGraw Hill.
- Bazán Briceño, J. L. (2016). *Administración Estratégica Enfoque en la Generación de Valor*. Lima: Macro EIRL.
- Cipriano Luna González, A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Grupo Editorial Patria .
- David, F. R. (2013). *Concepto de administración estratégica*. México: Pearson Educación.
- Departamento Nacional de Planeación- DNP. (10 de 10 de 2017). <http://www.virtual.unal.edu.co/>. Obtenido de <http://168.176.60.11/cursos/eLearning/dnp/2/html/contenido-2.2.7-estudio-riesgos-naturales.html>
- Directorio de Empresas - INEC. (12 de Septiembre de 2014). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Directorio de Empresas: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-2014/>
- Gareth R., J. (2013). *Teoría Organizacional*. México: Pearson Educación.
- Huerta, J. J., & Rodríguez, G. (2014). *Desarrollo de Habilidades Directivas*. México: Pearson Educación.
- INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2015). *Panorama Laboral Y Empresarial del Ecuador*. Quito: Laboratorio de Dinámica Laboral y Empresarial.
- INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016). *Panorama Laboral y Empresarial del Ecuador*. Quito: Laboratorio de Dinámica Laboral y Empresarial.
- Instituto Ecuatoriano de Seguro Social - IESS. (14 de Septiembre de 2017). <https://www.iess.gob.ec/es/web>. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/empleador>
- Martínez, D., & Milla, A. (2012). *Introducción al Plan Estratégico*. México D.F.: Ediciones Díaz de Santos.
- Meza Orozco, J. d. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Münch, L. (2013). *Planeación estratégica, el rumbo hacia el éxito*. México D.F.: TRILLAS.
- Philip Kotler, K. L. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.:  
McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Moreno Suárez, Á. A. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos (5a. ed.)*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Slusarczyk, M., & Morales, N. (22 de Febrero de 2016). *Análisis de las estrategias empresariales y de las TIC*. Obtenido de 3ciencias:  
<https://www.3ciencias.com/revistas/revista/3c-empresa-volumen-5-numero-1-edicion-25/>
- Thompson, P. G. (2012). *Administración Estratégica - Teoría y Casos - 18a Edición*. México D.F.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2013). *Administración Estratégica y Política de Negocios*. Bogotá: Pearson.

## **Anexos**

## **ANEXO #1 Cuestionario de preguntas para Encuestas**

**1.- ¿En qué área sectorial se encuentra ubicada la empresa?**

Comercial                      Industrial                      Servicios                      Tecnología

**2.- ¿Ustedes en su empresa poseen aparatos tecnológicos o computadoras?**

SI                                      NO

**3.- ¿Qué cantidad de computadoras existe en esta empresa?**

1 PC                                      2 PC                                      3 PC  
4PC                                      MAS DE 4 PC

**4.- ¿Las computadoras están conectadas a una red de área local o cableado?**

SI                                      NO

**Dependiendo la respuesta de la pregunta # 4**

**5.- Si es si ¿Usted cree necesario realizar una revisión o mantenimiento apropiado al área de red o cableado y las computadoras de la empresa?**

SI                                      NO

**Dependiendo la respuesta de la pregunta # 4**

**6.- Si es no ¿Desearía que todas sus computadoras estén debidamente configuradas de manera óptima por un sistema de cableado interno?**

SI                                      NO

**7.- ¿Conocen ustedes la microempresa F.S. Tecnologic?**

SI

NO

**Dependiendo la respuesta de la pregunta #7**

**8.- Si es si ¿Cómo conoció la microempresa F.S. Tecnologic?**

REFERENCIA PERSONAL

REFERENCIA LABORAL

INTERNET

**Solo los que respondieron la pregunta #8**

**9.- ¿Usted recomendaría los servicios tecnológicos brindados por la microempresa F.S. Tecnologic? (Se acaba la encuesta)**

SI

NO

**Dependiendo de la pregunta 7**

**10.- Si es no ¿Desearía saber sobre los servicios tecnológicos que brinda la microempresa F.S. Tecnologic? (Si responde SI continúa la encuesta, en caso de decir NO culmina la encuesta).**

SI

NO

**Dependiendo respuesta afirmativa en la pregunta #10**

**11.- ¿De qué forma desearía obtener información sobre los servicios tecnológicos que brinda la microempresa F.S. Tecnologic?**

PÁGINA WEB

REDES SOCIALES

VOLANTES

PERSONALMENTE



**Cargo:** Socio director

**Link de la Entrevista:** <https://youtu.be/XCXBPF3tIOU>

**Empresa:** Unidad Educativa Particular Nuestra Madre de la Merced

**Nombre del Entrevistado:** Diana Vallejo

**Cargo:** Contadora General

**Nota:** La entrevista no fue grabada por políticas internas de la Institución Académica.

### ANEXO #3 Proformas de capacitación en certificación

Buenos días

Estimados

Señores F.S. TECNOLOGIC.

Como siempre es un gusto saludarlos, el motivo de la presente darle a conocer temarios del curso que se dictara en las el 20 y 21 de Julio, como le comenté telefónicamente que converse con el Ing. Ángel Jara.

Lugar Hotel MARRIOT

20 y 21 de julio de 2017

Valor \$ 350 + iva

Forma de pago: con transferencia o tarjeta de crédito puede ser de contado o diferido a 3 meses sin intereses.

Erika Giler Farias

Asesor Comercial

C.C. Las Americas Local 8 y 9 (Frente al Colegio Simón Bolívar)

Celular: **0969578936**

• (04) 2 295 664 – 6 013 928

• (04) 2 295 258 – 6 016 671

Extensión: 212

[ventas06@hentel.com.ec](mailto:ventas06@hentel.com.ec) - [www.hentel.com.ec](http://www.hentel.com.ec) - [www.connection-cs.com](http://www.connection-cs.com)

**LS**  
Cable & System

**CURSO DE CERTIFICACIÓN  
2017**

*Te Invitamos a participar  
al Curso de Certificación para  
diseñar e integrar tus proyectos  
con el respaldo de LS Cable*

**CUPOS  
LIMITADOS**

**Fechas:**  
17 y 18 de Julio - QUITO  
20 y 21 de Julio - GUAYAQUIL

**HENTEL**  
SERVICIOS Y ASesorIA S.A. LTDA  
Asesoría en Cables y Sistemas

[www.hentel.com.ec](http://www.hentel.com.ec) / [ventas@hentel.com.ec](mailto:ventas@hentel.com.ec)

MÁS INFORMACIÓN, CONSULTE A SU ASESOR DE CUENTA.

Quito: Luis Cordero CA-207 y Poch Eca, Parque Mariscal Buena • Telfs.: (02) 6 308 101 / (02) 6 023 412  
10 de Agosto 1311-118 y Av. Naciones Unidas • Telfs.: (02) 2 245 7931 / (02) 2 271 884

Guayaquil: C.C. de las Americas Local 8 y 9 (Frente al Colegio Simón Bolívar) • Telfs.: (04) 2 295 258 / (04) 2 295 664

Cuenca: Juan José Flores 160-5-22 y Odravio Díaz • Telfonos: (07) 6 520 514 / (07) 2 864 496

## ANEXO #4 Proformas de capacitación en CCTV



**JCTelecomunicaciones**  
Networking and System Security  
WTC Sótano 1 Oficina 1  
Av. Francisco de Orellana Mz.111  
Telefonos: 2630261 – 0993962230  
jcastrotelecom@gmail.com



**Sistemas Seguridad**  
Porque impulsamos tu negocio,  
no competimos contigo!

Guayaquil, 14 de septiembre del 2017

Buen día:

Estimados  
**Señores F.S. TECNOLOGIC**

Como siempre es un gusto saludarlos, el motivo de la presente darle a conocer temarios del curso que se dictara los días 28 Y 29 de septiembre.

**Lugar:** Salón Comunal WTC C.Comercial Millenium  
**Tema:** Cableado y configuración CCTV  
28 y 29 de septiembre del 2017  
**Valor \$250 + IVA**  
**Forma de Pago:** con transferencia o contado.

Atentamente,

**Ing. Javier Castro Murillo**  
Telecomunicaciones y CCTV



## ANEXO #5 Proformas de página web y dominio

Estimados

F.S. Tecnologic

Ciudad. -

Estimados señores:

De acuerdo a lo conversado, le detallo los planes que ofrecemos para ustedes:

Plan Silver \$100:

- Dominio y Alojamiento por un año (www.name.com - www.name.net)
- 1 cuenta de correo
- 250 GB de transferencia de información.
- Varios estilos y fuentes para que diseñe el sitio acorde con su marca, producto o negocio.
- Personalización del blog o sitio web con sus propias fotos, logos, textos, etc.

Costos NO incluyen IVA.

### PROMUEVE TU MARCA DONDE SERÁ VISTA Escoge uno de nuestros planes AHORA!

Página Web (Presencia en Internet)	
<b>PREMIUM</b>	<b>\$100</b>
Alojamiento web y dominio en "business.site" de Google	
Búsqueda y Posicionamiento de la marca, producto, servicio y/o negocio en Google.	
<b>GOLD</b>	<b>* \$300</b>
Alojamiento web y dominio por 1 año	
Búsqueda y Posicionamiento de la marca, producto, servicio y/o negocio en Google.	
Diseño y Desarrollo del sitio Web	
5 cuentas de correo corporativas	
<b>PLATINUM</b>	<b>* \$ 500</b>
Alojamiento web y dominio por 1 año	
Búsqueda y Posicionamiento de la marca, producto, servicio y/o negocio en Google.	
Diseño y Desarrollo del sitio Web	
5 cuentas de correo corporativo	
Segmentación y visitas a tu sitio	
Conoce y Optimiza tus Redes Sociales de manera efectiva a tu sitio web.	

\*Gold y Platinum se renuevan cada año  
\* Costos SIN IVA.

Estrategias Digitales	
<b>EMPRENDIMIENTO</b>	<b>150 c/mes</b> <small>costos a 9-6-9-12 meses</small>
Marketing Digital - Manejo de Contenido en Redes Sociales.	
Social Media - Segmentación, Contenido, Objetivo y enfoque.	
Publicidad Digital - Visualización de Banner	

\* Posteos 2 diarios/14 mensuales (Lunes a Domingo)

\* Campaña Ads y Anuncio Explosivo por 30 días

\* Optimización Facebook e Instagram

\* Red de Publicidad Display en Google

Estrategias Digitales	
<b>EMPRESARIAL</b>	<b>300 c/mes</b> <small>costos a 3-6-9-12 meses</small>
Marketing Digital - Manejo de Contenido en Redes Sociales.	
Social Media - Segmentación, Contenido, Objetivo y enfoque.	
Publicidad Digital - Visualización de Banner	

\* Posteos 4 diarios/20 mensuales (Lunes a Domingo)

\* Campaña Ads y Anuncio Explosivo por 15 días

\* Optimización Facebook e Instagram

\* Red de Publicidad Display en Google

**Nota:** En caso de no contar con diseño de promo, Fanpage o cuenta Instagram te asesoramos y te las creamos de manera **GRATUITA!**

Quedo atenta a sus comentarios

## ANEXO #6 Proforma de publicidad personalizada

**Imprenta NOEL**  
al servicio de las Artes Gráficas,  
y Cumplimiento en sus Trabajos

AUTORIZADO POR  
**SRI**  
Calificación Artesanal # 35423

TELÉFONOS  
**2-360220**  
**0990935650**  
Email: [imprentanoel2011@hotmail.com](mailto:imprentanoel2011@hotmail.com)



---

### PROFORMA

Fecha: 12 de Septiembre del 2017  
Para:  
E.S. TECNOLOGIC

2000 TARJETAS DE PRESENTACIÓN A FULL COLOR EN ACABADO MATE	Valor \$ 110,00
BANNER 2mX 1,50m	Valor \$ 25,00
2000 VOLANTES A FULL COLOR EN PAPEL COUCHE DE 115 IMPRESO UN SOLO LADO, TAMAÑO 1/2 OFICIO	Valor \$ 130,00

NOTA: No cobramos I.V.A.

Sra. Alexandra Montero  
Administradora

**Imprenta NOEL**  
Años al servicio de las Artes Gráficas,  
y Cumplimiento en sus Trabajos

---

Dirección: Portete # 2312 entre Tulcán y Carchi  
Cuenca, Ecuador

## ANEXO #7 Proforma de servicios contables externos



**adalmo asesorías & servicios**

Guayaquil, 04 de septiembre de 2017

Señores:  
F.S. TECHNOLOGIC  
Ciudad.

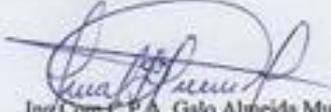
Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objeto de presentar y ofrecer mis servicios de Asesoría Profesional Contable, los cuales responden a las necesidades del contexto y la demanda actual. Como profesional, cuento con los conocimientos, aptitudes y experiencia necesarios para asumir nuevos desafíos, así como también el desarrollo y cumplimiento de objetivos y metas.

Poseo título de Contador Público Nacional y de Administración de Empresas, egresado en ambas, en la Universidad de Guayaquil.

A continuación le presento el presupuesto de honorarios para los servicios de contabilidad, declaración de impuestos y asesoramiento laboral y que tendrá un costo de USD \$ 300.00 más IVA dólares de Estados Unidos de Norteamérica, mensuales.

Espero contar con su preferencia para llevar a cabo estos servicios.

Atentamente;



Ing Com C.P.A. Galo Almeida Murillo  
Socio Director

g\_gal@hemail.com - galalmeidamurillo@gmail.com - adalmoasociados.abogados@facebook - @adalmoasociados  
34 5062252 - 0981129288  
Esmeraldas 844 al. 8 de Octubre y 1ro. de Mayo, Piso 1, Oficina 1