



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
GENERADORA DE FIDEICOMISOS EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios

Autor:

Villavicencio Daza Juan Alfredo

Tutora:

MSc. Becerra Sarmiento María F.

QUITO – ECUADOR

2021

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo Villavicencio Daza Juan Alfredo, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre de **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA GENERADORA DE FIDEICOMISOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**, como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 22 días del mes de enero de 2022, firmo conforme:

Firma:



Autor: Villavicencio Daza Juan Alfredo

Número de Cédula: 130905493-8

Dirección: Pichincha, ciudad de Quito, sector de Cotocollao, barrio La Rumiñahui

Correo Electrónico: alfredovillavicenciodaza@gmail.com

Teléfono: 2535491

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA GENERADORA DE FIDEICOMISOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”** presentado por Villavicencio Daza Juan Alfredo, para optar por el Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 22 de enero del 2022

.....

MSc. Becerra Sarmiento María Fernanda

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 22 de enero del 2022



.....
Villavicencio Daza Juan Alfredo

C.I Nro. 130905493-8

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA GENERADORA DE FIDEICOMISOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**, previo a la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 22 de enero del 2022

.....

MSc. Edwin Arteaga
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Ing. Ivanna Sánchez
VOCAL

.....

Econ. Mercedes Galarraga
VOCAL

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a mi madre y mis hijos quienes estuvieron pendiente de la evolución de mis estudios, y nunca dudaron en brindarme su apoyo incondicional y desinteresado para que mis saberes se desarrollaran de una manera armoniosa y existiera un equilibrio entre estudios, trabajo y familia.

AGRADECIMIENTO

Primero agradecido con Dios, y con la universidad por haberme permitido terminar con éxito la carrera en Administración de Empresas y Negocios. Agradezco mucho el apoyo de mi madre, de mis hijos y de toda mi familia, sin dejar de lado a mis amigos y compañeros de trabajo, quienes pusieron su granito de arena y apoyo constante para concluir con éxito mis años de estudio.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	IV
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIV
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XVII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVIII
ÍNDICE DE FÓRMULAS.....	XIX
RESUMEN EJECUTIVO.....	XX
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	4
1 Mercado y Comercialización.....	4
1.1 Objetivo del Capítulo.....	4
1.2 Antecedentes Investigativos del Servicio.....	4
1.2.1 Fundamentación del servicio.....	4
1.2.2 Tabla de características del servicio.....	8
1.2.3 Partes del fideicomiso.....	8
1.2.3.1 Fideicomitente o adherente.....	8
1.2.3.2 Fiduciario.....	9
1.3 Mercado.....	9
1.3.1 Público objetivo o meta del servicio.....	9
1.3.1.1 Categorización de sujetos.....	9
1.3.1.2 Estudio de Segmentación.....	10
1.3.1.3 Segmentaciones geográficas y demográficas.....	12
1.3.1.4 Plan de muestreo.....	12
1.3.1.5 Instrumentos para recopilar información.....	13
1.3.1.5.1 Fuentes de información secundarias.....	13

1.3.1.5.2	Fuentes de información primarias	17
1.3.1.6	Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas.....	19
1.3.1.7	Análisis e interpretación de las tasas.....	32
1.3.2	Demanda Potencial	33
1.4	Análisis del Macro y Micro Ambiente	35
1.4.1	Análisis del micro ambiente.....	35
1.4.1.1	Amenaza de los nuevos competidores.	35
1.4.1.2	Poder de negociación de los proveedores.	35
1.4.1.3	Poder de negociación de los usuarios.....	36
1.4.1.4	Amenaza de servicios sustitutos.....	36
1.4.1.5	Rivalidad existente entre competidores.....	37
1.4.2	Análisis del macro ambiente.	38
1.4.3	Proyección de la oferta.	38
1.4.3.1	Oferta proyectada.	38
1.5	Demanda Potencial Insatisfecha	39
1.6	Diseño de Marca (Branding).....	40
1.6.1	Nombre de la marca.....	40
1.6.2	Logotipo.	40
1.6.3	Eslogan.	40
1.6.4	Diferenciación.	40
1.7	Estrategias de Marketing	41
1.7.1	Servicio.....	42
1.7.2	Precio.....	43
1.7.3	Plaza.	44
1.7.4	Promoción.....	45
1.8	Publicidad que se Realizará	46
1.8.1	Offline.....	46
1.8.1.1	Folletos o volantes.....	46
1.8.1.2	Tarjetas de presentación.	46
1.8.1.3	Malla publicitaria.	46
1.8.2	Online.	47
1.8.2.1	Página web.	47
1.8.2.2	Redes sociales.	47
1.8.2.3	Banners digitales.	47

1.8.3	Cronograma publicitario.....	48
1.8.4	Presupuestos.	48
1.8.4.1	Publicidad de papelería interna.	48
1.8.4.2	Publicidad de papelería externa.....	48
1.8.4.3	Publicidad del entorno.....	49
1.8.4.4	Publicidad en Internet.....	49
1.8.4.5	Presupuesto Marketing.....	49
1.9	Seguimiento de Clientes	50
1.10	Especificar Mercados Alternativos	51
2	Operaciones.....	52
2.1	Objetivo del Capítulo.....	52
2.2	Descripción del Proceso.....	52
2.2.1	Descripción de proceso de los servicios.....	52
2.2.2	Mapa de Procesos.	53
2.2.2.1	Flujograma de procesos.....	53
2.2.2.1.1	Flujograma del proceso de adherencia y ahorros programados.	54
2.2.2.1.2	Flujograma del proceso de otorgamiento de créditos.....	57
2.2.3	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	59
2.2.3.1	Instalaciones.	59
2.2.3.1.1	Área de Gerencia.	61
2.2.3.1.2	Área de Contabilidad.....	61
2.2.3.1.3	Área de Marketing.....	62
2.2.3.1.4	Área de Atención al cliente	63
2.2.3.1.5	Sala de reuniones.....	64
2.2.3.1.6	Sanitarios.....	65
2.2.3.1.7	Tamaño total de la empresa.....	66
2.2.3.2	Equipos.....	66
2.2.4	Tecnología para aplicar.	69
2.2.4.1	Beneficios.....	69
2.2.4.2	Características.	69
2.2.4.3	Módulos del Software.	69
2.2.5	Factores que afectan las operaciones.....	70
2.3	Capacidad Operativa.....	71
2.3.1	Capacidad de operativa futura.	71

2.4	Calidad	72
2.4.1	Método de satisfacción del cliente.	72
2.4.2	Diagrama de Pareto.	73
2.5	Normativa y Permisos que Afectan la Instalación del Negocio	75
2.5.1	Seguridad e higiene ocupacional.	75
2.5.1.1	Seguridad.....	75
2.5.1.1.1	Riesgos laborales.....	76
2.5.1.2	Higiene ocupacional.....	76
3	Organización y Gestión	77
3.1	Objetivo del Capítulo.....	77
3.2	Análisis Estratégico y Definición de Objetivos	77
3.2.1	Visión de la empresa.....	77
3.2.2	Misión de la empresa.....	77
3.2.3	Objetivos operativos.....	77
3.2.4	Principios y valores.	78
3.2.4.1	Principios.....	78
3.2.4.2	Valores.	79
3.2.1	Matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA). ..	80
3.3	Organización Funcional de la Empresa	82
3.3.1	Organización interna.....	82
3.3.1.1	Niveles estructurales.	82
3.3.1.2	Organigrama estructural.....	82
3.3.1.3	Organigrama funcional.....	83
3.3.2	Descripción de puestos.	84
3.3.2.1	Gerente general.	84
3.3.2.2	Contador.....	85
3.3.2.3	Jefe de marketing.	86
3.3.2.4	Operadora.....	87
3.4	Control de Gestión	88
3.4.1	Indicadores de gestión.	88
3.5	Necesidades De Personal	89
4	Jurídico Legal	91
4.1	Objetivos del Capítulo	91
4.2	Determinación de la Forma Jurídica	91

4.2.1	Creación de la empresa.....	92
4.3	Registros de Marcas.....	93
4.4	Licencias Necesarias para Funcionar y Documentos Legales.....	94
4.4.1	Registro único de contribuyente (RUC).....	94
4.4.2	Patente municipal.....	94
4.4.3	Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.....	95
5	Evaluación Financiera.....	97
5.1	Objetivos del Capítulo.....	97
5.2	Plan de Inversiones.....	97
5.2.1	Inversión inicial corriente.....	97
5.2.2	Inversión inicial fija.....	97
5.3	Cálculo de Costos y Gastos.....	100
5.3.1	Sueldos y salarios.....	100
5.3.1.1	Proyección de sueldos y salarios.....	101
5.3.2	Depreciación.....	103
5.3.3	Proyección de la depreciación.....	103
5.3.4	Detalle de costos.....	103
5.3.5	Proyección costos.....	105
5.3.6	Detalle de gastos.....	108
5.3.7	Proyección de gastos.....	110
5.4	Plan de Financiamiento.....	113
5.4.1	Forma de financiamiento.....	113
5.5	Cálculo de Ingresos.....	113
5.5.1	Proyección de ingresos.....	115
5.6	Punto de Equilibrio.....	117
5.7	Estado de Resultados Proyectado.....	119
5.8	Flujo de Caja Proyectado.....	120
5.9	Evaluación Financiera.....	122
5.9.1	Indicadores Financieros.....	122
5.9.1.1	Valor Actual Neto (VAN).....	122
5.9.1.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	124
5.9.1.3	Beneficio Costo (B/C).....	125
5.9.1.4	Período de Recuperación (Payback).....	125
6	Conclusiones.....	127

7	Recomendaciones.....	128
8	Bibliografía.....	129
9	Anexos.....	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	8
Tabla 2	10
Tabla 3	10
Tabla 4	10
Tabla 5	11
Tabla 6	11
Tabla 7	12
Tabla 8	12
Tabla 9	14
Tabla 10	14
Tabla 11	15
Tabla 12	15
Tabla 13	20
Tabla 14	21
Tabla 15	22
Tabla 16	23
Tabla 17	24
Tabla 18	25
Tabla 19	26
Tabla 20	27
Tabla 21	28
Tabla 22	29
Tabla 23	30
Tabla 24	31
Tabla 25	32
Tabla 26	32
Tabla 27	33
Tabla 28	33
Tabla 29	34
Tabla 30	34
Tabla 31	38
Tabla 32	39

Tabla 33	39
Tabla 34	39
Tabla 35	40
Tabla 36	42
Tabla 37	43
Tabla 38	44
Tabla 39	45
Tabla 40	48
Tabla 41	48
Tabla 42	48
Tabla 43	49
Tabla 44	49
Tabla 45	49
Tabla 46	50
Tabla 48	66
Tabla 49	67
Tabla 50	69
Tabla 51	72
Tabla 52	72
Tabla 53	73
Tabla 54	74
Tabla 55	76
Tabla 56	80
Tabla 57	84
Tabla 58	85
Tabla 59	86
Tabla 60	87
Tabla 61	88
Tabla 62	90
Tabla 63	94
Tabla 64	95
Tabla 65	96
Tabla 66	98
Tabla 67	99

<i>Tabla 68</i>	101
Tabla 69.....	101
Tabla 70.....	103
Tabla 71.....	103
Tabla 72.....	104
Tabla 73.....	107
Tabla 74.....	108
Tabla 75.....	110
Tabla 76.....	113
Tabla 77.....	114
Tabla 78.....	114
Tabla 79.....	114
Tabla 80.....	115
Tabla 81.....	117
Tabla 82.....	118
Tabla 83.....	119
Tabla 84.....	121
Tabla 85.....	122
Tabla 86.....	123
Tabla 87.....	124
Tabla 88.....	125
Tabla 89.....	125
Tabla 90.....	126

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	20
Ilustración 2	21
Ilustración 3	22
Ilustración 4	23
Ilustración 5	24
Ilustración 6	25
Ilustración 7	26
Ilustración 8	27
Ilustración 9	28
Ilustración 10	29
Ilustración 11	30
Ilustración 12	31
Ilustración 13	40
Ilustración 14	60
Ilustración 15	61
Ilustración 16	61
Ilustración 17	63
Ilustración 18	64
Ilustración 19	65
Ilustración 20	66
Ilustración 21	119

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	38
Figura 2.....	53
Figura 3.....	54
Figura 4.....	57
Figura 5.....	75
Figura 6.....	81
Figura 7.....	83
Figura 8.....	83
Figura 9.....	106

ÍNDICE DE FÓRMULAS

Fórmula 1.....	13
----------------	----

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA GENERADORA DE FIDEICOMISOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

AUTOR: Villavicencio Daza Juan Alfredo

TUTOR: MSc. Becerra Sarmiento María Fernanda

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad el país atraviesa una de las peores crisis sanitarias y económicas que nunca ha sufrido, debido a esto es que muchas personas han comenzado a replantearse y considerar como les hubiera servido y sido de ayuda el haber tenido una cantidad reservada de dinero para hacer frente a este tipo de imprevisto, en un tiempo en donde cada vez más personas son despedidas de sus plazas habituales de trabajo. Debido a esta necesidad imperiosa que nació a partir de la crisis que vive el país, se propuso la creación de un fondo de inversión destinado a satisfacer la creciente demanda de clientes que buscan un lugar en donde poder ahorrar una parte de sus ingresos a una tasa que les resulte atractiva. Previa a la creación del fideicomiso en cuestión se realizó una evaluación del mercado mediante la utilización de encuestas dirigidas a los potenciales clientes o adherentes, en ella se determinó que una demanda insatisfecha del 60% de los encuestados en el área comercial del sector norte de la ciudad de Quito. El fideicomiso estará ubicado la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito en el sector norte de la capital, el fondo de inversión contará con área de marketing y una área administrativa o financiera. Dicho fideicomiso fue constituido bajo la figura de sociedad limitada y contó con el aporte inicial de \$28,104.05 cada uno de sus dos socios fundadores aportó con \$14,052.03. La evaluación económica del fideicomiso en un horizonte de tiempo de cinco años dio como resultado un VAN de \$ 17,308.25, un TIR del 27.71% y un C/B del \$1.62 con lo cual se determina que el proyecto genera \$0,62 por cada dólar invertido, lo cual es evidencia que el proyecto resulta rentable y que este puede ponerse en marcha.

PALABRAS CLAVES: Rentabilidad, fideicomiso, tasas, intereses, demanda, mercado, capitalización, créditos, ahorros, adherentes.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

THEME: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA GENERADORA DE FIDEICOMISOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

AUTHOR: Villavicencio Daza Juan Alfredo

TUTOR: MSc. Becerra Sarmiento María Fernanda

ABSTRACT

Currently the country is going through one of the worst health and economic crises it has ever suffered, due to this is that many people have begun to rethink and consider how it would have served them and been helpful to have had a reserved amount of money to do Faced with this type of improvisation, at a time when more and more people are fired from their usual jobs. Due to this imperative need that was born from the crisis that the country is experiencing, the creation of an investment fund was proposed to meet the growing demand of clients who are looking for a place where they can save a part of their income at a rate that is attractive to them. Prior to the creation of the trust in question, an evaluation of the market was carried out through the use of surveys directed at potential clients or adherents, in which it was determined that an unsatisfied demand of 60% of those surveyed in the commercial area of the northern sector of the Quito city. The trust will be located in the province of Pichincha, in the city of Quito in the northern sector of the capital, the investment fund will have a marketing area and an administrative or financial area. Said trust was constituted as a corporation and had the initial contribution of \$28,104.05 each of its two founding partners contributed \$14,052.03. The economic evaluation of the trust in a time horizon of five years, resulted in a NPV of \$ 17,308.25, an IRR of 27.71% and an C/B of \$ \$1.62, which determines that the project generates \$0.62 for every dollar invested, which is evidence that the project is profitable and that it can be started.

KEYWORDS: Profitability, trust, rates, interest, demand, market, capitalization, credits, savings, adherents.

**(FIRMA Y SELLO DEPARTAMENTO DE
IDIOMAS)**

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de inversión propone la creación de una empresa de fideicomiso dedicada a ofrecer el servicio de captación de dinero a manera de ahorro programado y ofrecer líneas de crédito entre sus adherentes. Las personas a quienes va dirigido este servicio son todas aquellas entre los 18 a 65 años que trabajen de manera privada bajo relación de dependencia.

Las técnicas investigativas empleadas para la construir el presente trabajo incluyen: el estudio de mercado, la investigación bibliográfica, la observación y adicionalmente la experticia y conocimiento del autor en temas crediticios y fiduciarios, gracias a lo cual se pudo proponer el presente tema y definir sus principales objetivos y metas a alcanzar.

Con la ejecución del presente plan de inversión se busca satisfacer las necesidades de una creciente demanda insatisfecha, que busca un lugar seguro en el cual realizar un ahorro programado con el máximo rendimiento posible para hacer frente a eventuales imprevistos, además el negocio contribuirá con la sociedad en general al crear plazas de trabajo de manera directa dentro del fideicomiso.

El presente trabajo investigativo está compuesto por cinco principales capítulos relacionados con diferentes áreas o aspectos generales de la temática, como son: mercado y comercialización, operaciones, organización y gestión, jurídico legal y la evaluación financiera.

En el Capítulo I denominado: Mercado y Comercialización, se detallan y se proponen las principales estrategias de marketing junto con los principios comerciales de las cuatro P, que se usarán para posicionar la empresa y el servicio entre los potenciales clientes. Se describe la aplicación y los resultados obtenidos del estudio de mercado realizado mediante encuestas, las mismas que sirven para conocer y analizar el entorno micro y macro en donde operará el fideicomiso. Se desarrollarán las diferentes matrices de riesgos para establecer los diversos niveles de riesgos con los que el proyecto puede seguir, junto a ellos se determinarán las 5 fuerzas de Porter donde se deja en claro los principales recursos en donde se debería de poner el máximo esfuerzo para que el proyecto no fracase.

En el Capítulo II denominado: Operaciones, se expone el funcionamiento operativo del fideicomiso, detallando el proceso que brinda y como este hace para convertirse en ingresos y ganancias para el fondo de inversión a partir de ahorros

programados y líneas de créditos ofrecidas. Se presentan la instalación del fideicomiso, así como el personal necesario que para que el proyecto se ponga en marcha, los tipos de softwares que esta usará el fondo de inversión el giro normal de su negocio. Se proyecta la demanda y la oferta del que tendrá el proyecto y su capacidad para ofrecer dichos servicios, tomando en cuenta los permisos y normativas vigentes necesarias para operar.

En el Capítulo III denominado: Organización y Gestión, se analiza desde el punto de mira estratégico los objetivos del fideicomiso como institución, la misión y visión que planteará para formar parte de su esencia y de sus estatutos como empresa. Se describen los puestos de trabajo y las actividades a realizarse, así como determinar al personal necesario que necesita el fideicomiso para comenzar con sus operaciones y desarrollar los principales indicadores de gestión que ayuden con la evaluación para la eficiencia y buen uso de los materiales y del recurso humano con el que cuenta.

En el Capítulo IV denominado: Jurídico legal, se establece la forma de la constitución del fideicomiso como empresa, su respectivo marco legal y el procedimiento a seguir para obtener los permisos de marca, de funcionamiento y el correspondiente registro de patente.

En el Capítulo V denominado: Evaluación Financiera, se determina y proyecta el cálculo de los costos y gastos de mano de obra del personal administrativo, la depreciación de los activos fijos, publicidad y propaganda para los próximos cinco años de funcionamiento del fideicomiso. Además, se establecerá el plan de financiamiento de la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto de inversión, se calcula el punto de equilibrio y se procede a la elaboración de los estados financieros proyectados, así como sus respectivos indicadores o ratios financieros.

Objetivos del Trabajo de Titulación

Objetivo General

Elaborar un plan de inversión para la creación de un fondo de inversiones, mediante la aplicación de herramientas de mercadeo, marketing, oferta, demanda, inversión e indicadores financieros para evaluar la conveniencia y rentabilidad de invertir en creación del fideicomiso.

Objetivos Específicos

- Ejecutar una investigación de mercado y una estrategia de marketing con el fin de establecer las preferencias y la factibilidad para la creación de una empresa de fideicomisos dedicada a la captación de dinero y al otorgamiento de líneas de créditos a sus adherentes.

- Especificar el proceso a partir de los cuales la empresa generará sus ingresos y determinar la capacidad operativa presente y futura con la que contará las instalaciones del fideicomiso.
- Plantear la visión, misión y objetivos bajo los cuales se regirá el fideicomiso y establecer el organigrama estructural de la empresa, así como la delimitación de sus funciones y competencias para cada área y cada encargado de esta.
- Establecer la forma de constitución del fondo de inversión como empresa y el procedimiento a seguir para obtener los registros de marca y licencias necesarias para su operatividad y puesta en marcha.
- Determinar el grado de conveniencia y rentabilidad que generará el proyecto o plan de inversión durante los próximos cinco años de funcionamiento mediante la utilización de fórmulas, herramientas e indicadores financieros.

CAPÍTULO I

1 Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

Segmentar y establecer el mercado meta a alcanzar en base a la recolección de información del estudio de campo obtenida de las encuestas aplicadas, así como la proyección de la demanda potencial, tomando en consideración los factores del micro y macro ambiente, diseño de marca, marketing y el seguimiento a clientes o adherentes.

1.2 Antecedentes Investigativos del Servicio

1.2.1 Fundamentación del servicio.

Según la descrito por Carrillo, Vega & Navas (2019) llegan a la conclusión de que un proyecto:

Es un estudio técnico que analiza las ventajas y desventajas de invertir tiempo y recursos en el desarrollo de una iniciativa determinada; para lo cual se aplican técnicas de evaluación cualitativa y cuantitativa que determinan la factibilidad del proyecto en el entorno macro; específico, en el mercado y en el plano financiero. (págs. 19-20)

La Captación de ahorros programados y otorgamiento de líneas de crédito a sus adherentes en su origen fue utilizada esta estructura jurídica con el objeto de soslayar trabas legales, que impedían darle a determinados bienes cierto destino. La base sobre la que se fundamentó desde el origen fue la confianza que el transmitente de un bien depositaba en el adquirente. La transferencia se realizaba en propiedad teniendo el adquirente las facultades derivadas de su condición de dueño de la cosa, de acuerdo con las instrucciones del transmitente. Frente al amplio poder jurídico que el transmitente daba al adquirente, éste se comprometía a usar ese poder en lo preciso dentro de los límites impuestos por el fin restringido acordado, al cual se apuntaba, respetando la voluntad de aquel.

Con el correr del tiempo y en atención a los abusos en que incurría el adquirente al no respetar los encargos fiduciarios, se fue limitando su potestad sobre los bienes transmitidos, manteniendo su condición de titular jurídico, pero con poderes recortados por la normativa jurídica y por la intervención de la justicia, que priorizaron la voluntad del constituyente y los derechos de los beneficiarios por sobre el derecho de propiedad que aquel ostentaba.

El fideicomiso es una figura compleja que combina un negocio real de transmisión de una cosa o bien, con un negocio obligacional cuyo fundamento es la atenuación de los

efectos de aquella transmisión. Cada uno de estos diferentes negocios produce sus propios efectos. Nos hallamos pues, frente a un negocio complejo que resulta de la unión de otros dos negocios distintos que se vinculan entre sí antagónicamente, por un lado, un contrato real (transmisión de la propiedad o del crédito de modo fiduciario) y por el otro un contrato obligatorio negativo o *pactum fiduciae* (obligación del fiduciario de hacer sólo un uso limitado del bien adquirido, para restituirlo luego al transmitente o a un tercero por aquel indicado).

Se advierte, al cabo de la evolución de esta figura, la manera en que se va perfilando una condición que le es característica y que consiste en reconocer en ella la coexistencia de dos caras perfectamente identificables: la primera, relacionada con las formas jurídicas que la visten y la segunda, con la realidad económica que la motiva. Nótese, además, que la apariencia externa de esta figura revela la adquisición de un derecho de propiedad fiduciaria sobre un bien por parte del fiduciario, mientras que, en su lado interno, existe una relación obligacional entre el fiduciante y el fiduciario en virtud de la cual este último ve limitada las facultades emergentes de tal derecho, por causa del pacto de fiducia que ha celebrado en forma simultánea.

En esta figura compleja no existe correlación o concordancia entre el fin perseguido por las partes al celebrar el contrato y el medio jurídico empleado. Esto introduce en el campo de los denominados negocios indirectos, es decir, aquellos que, para obtener un determinado efecto jurídico, emplean una vía transversal u oblicua. Son, pues, aquellos negocios en los cuales las partes se valen de figuras típicas del derecho, pero las utilizan para alcanzar un fin distinto al que previó el legislador al diseñar el tipo.

La doctrina se encuentra dividida en punto a considerar al fideicomiso como negocio indirecto. Dejando de lado el análisis doctrinario a que da lugar esta interesante controversia, nos interesa destacar que, sin perjuicio de alguna semejanza con los negocios simulados, sus diferencias son notorias. En primer lugar, mientras en el negocio fiduciario no es de su esencia que el fuero interno subyacente sea secreto, aunque esto es lo que normalmente ocurre, en el negocio simulado, en cambio, su cara interna nunca se exhibe porque es de su esencia que algo oculto debe tener.

Siendo el fideicomiso un contrato normalmente regulado y, por ello, tipificado en el derecho sustantivo, otorga a las partes contratantes la garantía de su leal ejecución a través de normas concretas positivas que prevén los efectos jurídicos para las partes, quedando amparado, inclusive, por el principio de la autonomía privada emergente del artículo 1197 del Código Civil, limitada sólo por los principios generales en cuanto a que

los fines del negocio no sean contrarios a la ley, al orden público, a la moral y a las buenas costumbres.

“Para que un proyecto sea viable es importante identificar claramente las necesidades y expectativas de la población objetivo, con el fin de conocer las características y de esta manera diseñar el producto o servicio” (Mondragon, 2017, pág. 9).

La constatación de la legitimidad de las formas empleadas para alcanzar los fines previstos, en especial frente al empleo de figuras jurídicas complejas como el fideicomiso, tiene relevancia, obviamente, en relación con las partes y ante terceros, por las implicancias que de ello puede derivarse en caso de calificarse al vínculo aparente como un negocio en fraude de la ley, es decir, tendiente a lograr, mediante la combinación de diferentes figuras, un resultado prohibido por aquella. Cabe aquí distinguir, para que no haya lugar a dudas, el fideicomiso, por un lado, de los negocios fraudulentos, por el otro, a pesar de que en ambos supuestos exista un punto de coincidencia, es decir, que mediante un procedimiento indirecto se procura conseguir fines que no pueden alcanzarse por la vía directa. En el fideicomiso hay un fin lícito que consiste en obtener un resultado permitido, amparado por una regulación positiva que regula los efectos entre las partes y ante terceros. En el negocio fraudulento, en cambio, se está frente a un fin ilícito de resultado prohibido.

En el fideicomiso no se da la circunstancia de que las partes le confieran a las formas jurídicas una apariencia diferente al fin que se proponen alcanzar. En todo caso, del mismo modo que frente a cualquier otra figura jurídica, el análisis ponderado del caso concreto permitirá averiguar la verdadera intención que se tuvo al celebrarlo, con el objeto de establecer si se ha pretendido obtener resultados prohibidos que derivasen en la anulación del contrato por objeto ilícito.

En tanto las partes del fideicomiso respeten los elementos claves de la figura tal y como esa ha sido regulada por el derecho sustantivo y le den al negocio la configuración jurídica prevista por el legislador al calificarlo atendiendo a su especial naturaleza, sin introducirle contradicciones extrañas a las permitidas por la propia configuración legal, no existe el empleo de un "medio jurídico excesivo" que vaya más allá de los fines perseguidos, ya que las partes quieren el medio típico (fideicomiso) con todas las consecuencias derivadas de su naturaleza. Estamos, pues, frente a un negocio típico que de ningún modo presupone un abuso de las formas empleadas, ni su asimilación al negocio simulado.

El fideicomiso es un contrato que puede emplearse para la realización de ilimitados fines, en tanto y en cuanto sean lícitos.

De un origen restringido al ámbito familiar pasó a insertarse activamente en el ámbito de los negocios por su adaptabilidad a las cambiantes condiciones económicas y a la fértil imaginación de los que se dedican a la ingeniería de nuevos servicios.

Las posibles aplicaciones del fideicomiso, especialmente para los bancos y demás entidades financieras, son innumerables, dada su naturaleza, con una proyección excepcional que les abre perspectivas insospechadas, pudiendo preverse, sin pecar en optimismos excesivos, que en pocos años más la incidencia del Fideicomiso en los resultados financieros de aquéllas llegará a un nivel de real importancia, como ha ocurrido en otros países de América (México, Colombia, Venezuela, Costa Rica, Panamá, entre varios más).

Para llegar a esa conclusión debe considerarse que el Fideicomiso no tiene transcendencia autónoma como tal. Es un verdadero instrumento que sirve para la realización de otros negocios que le son "subyacentes" y que pueden ser de la más variada naturaleza dentro del campo de lo lícito. De ahí su versatilidad y flexibilidad y la enorme gama de su utilización tanto en el sector empresario cuanto en el de la vida individual y familiar de las personas.

Pero el Fideicomiso asume una posible operatividad mucho más extensa ya que el negocio subyacente tiene variedad prácticamente innumerable dentro del ámbito de lo lícito. Por ello, el ingenio de un autor extranjero ha podido decir con elocuencia que la elasticidad del instituto es tal que su proyección efectiva será tan extensa como lo quieran la imaginación y la iniciativa de los empresarios y abogados competentes.

La doctrina suele agrupar en especies esa variedad tan generosa, con una finalidad didáctica y de sistematización de la figura legal. De tal modo, se enumeran Fideicomisos:

- de administración;
- de inversión;
- mixtos (de administración e inversión);
- inmobiliarios;
- de garantía;
- de seguros;
- traslativos específicos de propiedad;
- de desarrollo;

- públicos y privados.

1.2.2 Tabla de características del servicio.

A continuación, se presenta una tabla en donde se detallan las principales características y beneficios que distinguen el servicio de brindar el fideicomiso a sus clientes o adherentes, en comparación al resto de fondos de inversión que existen en el mercado:

Tabla 1

Características del servicio

Características	Beneficios	Descripción
Alta rentabilidad	Rentabilidad mensualizada del 8,7% anual	La inversión recibida generará intereses el equivalente al 8.7% anual de su inversión de lo invertido
Recapitalizaciones mensuales	Se gana interés sobre los intereses cada mes	Los intereses se pagarán de manera mensualizada, equivalente al 8.7% anual dividido para 12 meses
Diferentes líneas de créditos	Crédito de consumo y crédito de apalancamiento para vivienda	Se dispondrá de dos tipos de créditos; uno de consumo al 15.2% anual y otro de apalancamiento para vivienda al 10% anual
Ganancias equitativas	Todos los adherentes reciben ganancias anuales	Al final del año todos los adherentes recibirán parte de las ganancias generadas por el fideicomiso
Asesoramiento gratuito	Asesoría en temas de economía familiar y ahorro	Se dará asesoría y charlas a los adherentes con el fin de ayudarlos a entender como ahorrar y como gastar adecuadamente

Elaborado por: El Autor

1.2.3 Partes del fideicomiso.

1.2.3.1 Fideicomitente o adherente.

Se lo denomina también como constituyente, fiduciante o adherente, es el propietario del patrimonio que se transferirá del fideicomiso al fiduciario a través de un contrato previamente establecido, en propiedad fiduciaria (Camacho, 2018). Representan los clientes adherentes que aceptan formar parte del fideicomiso y aportar de forma voluntaria una cantidad mensual, estipulada y avalada mediante el contrato de adición.

La conceptualización de Camacho (2018) es la más acertada ya que lo define

como:

La parte interviniente que determina la finalidad del fideicomiso y sus condiciones designa al fiduciario y lo instruye sobre el encargo que este debe cumplir. Una vez que el contrato de fideicomiso se constituye el fideicomitente deja de tener participación en la administración del fideicomiso. (pág. 659)

1.2.3.2 Fiduciario.

La autora Camacho (2018) expone de manera y clara las principales características, funciones y competencias que debe ejercer el fiduciario dentro de la correspondida de un fideicomiso:

Es la figura central del contrato y quien asume la propiedad fiduciaria que el adherente otorga, para encargarse de llevar a cabo el fideicomiso, con el compromiso de cumplir los fines para los que fue constituido, con la obligación de darle el destino previsto en el contrato de fideicomiso.

Para cumplir con dichos términos y organismos reguladores que por ley controlen y precautelen a los adherentes y sus inversiones el fiduciario necesita contener ciertos criterios específicos, como son:

El fiduciario debe, necesariamente, pertenecer a una empresa del sistema financiero o de seguros; es decir, que otro tipo de persona jurídica o persona natural no puede asumir el papel de fiduciario. También podría ser, aquellas que se designen o autoricen las entidades reguladoras, es decir la Superintendencia de Banca y Seguros. (Camacho, 2018, pág. 660).

1.3 Mercado

1.3.1 Público objetivo o meta del servicio.

El mercado al que va dirigido este proyecto es el sector norte de la ciudad de Quito, concerniente al área urbana. El proyecto va encaminado a satisfacer las necesidades de un creciente número de personas, tanto hombres como mujeres, que trabajan bajo relación de dependencia y que desean invertir en algo o de poder realizar un ahorro programado que le sea rentable a corto plazo y poder acceder a una línea de crédito de manera sencilla sin demasiados requisitos y a una tasa atractiva para los futuros adherentes.

1.3.1.1 Categorización de sujetos.

Los clientes potenciales o adherentes serán aquellos asalariados que desean tener un fondo de inversión para su futuro, para esta decisión influye la pareja de estos, en caso de tenerla, los amigos o familiares que pueden recomendar que el sujeto en cuestión

decida invertir en el fideicomiso.

Tabla 2

Categorización de sujetos

Categoría	Sujeto
¿Quién compra?	El empleado o empleado bajo relación de dependencia
¿Quién usa?	La pareja casada o el empleado o empleada independiente
¿Quién decide?	La pareja casada o el empleado o empleada independiente
¿Qué influye?	Publicidad, familiares y amigos

Elaborado por: El Autor

1.3.1.2 Estudio de Segmentación.

El mercado fue segmentado de varias formas con el fin de delimitar lo más exacto posible nuestro mercado potencial. De esta forma la primera segmentación corresponde a la división de hombres y de mujeres de la ciudad de Quito.

Tabla 3

Población de hombres y mujeres de la ciudad de Quito

Población de Hombres y Mujeres de la ciudad de Quito		
Género	Porcentaje de Habitantes	N° Habitantes
Hombres	48,63%	1088811
Mujeres	51,37%	1150380
Total	100%	2239191

Elaborado por: El Autor

Como segunda segmentación se dividió a la ciudad de Quito de manera geográfica en área rural y urbana, debido que, para este tipo de servicio, se espera que los clientes o adherentes sean personas que laboren en el área urbana de la ciudad.

Tabla 4

Población de la ciudad de Quito según su área

Población de la ciudad de Quito según su Área		
Género	Área Rural 28%	Área Urbana 72%
Hombre	305195	783616
Mujer	314850	835530
Total	620045	1619146

Elaborado por: El Autor

Como tercera segmentación se escogió al porcentaje de la población de la ciudad de Quito que labora en el norte de la misma. Debido a que el fideicomiso está pensado ubicarse en el norte de la ciudad y llegar a los posibles adherentes de las cercanías del sector mediante campañas publicitarias.

Tabla 5*Población de la ciudad de Quito según su geografía*

Población de la ciudad de Quito según su Geografía		
Género	Área Urbana 72%	Norte de Quito 64%
Hombre	783616	501514
Mujer	835530	534739
Total	1619146	1036253

Elaborado por: El Autor

En la cuarta segmentación de la segmentación por su demografía, en ella se consideró un rango de edades que va desde los 18 años hasta los 65 que corresponde a la población económicamente activa ya que a partir de esta edad están en capacidades de laborar.

Después en su quinta segmentación se consideró el porcentaje de empleados bajo relación de dependía del sector privado en la ciudad que corresponde al 48,2% (Fuente: Datos obtenidos del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social).

Tabla 6*Población según su Demografía o Mercado Potencial*

Población según su Demografía o Mercado Potencial		
Sexo	De 18 Años Hasta 65 Años (66,20%)	Empleados Privados 48,2%
Hombre	332002	160025
Mujer	353997	170627
Total	686000	330652

Elaborado por: El Autor

De la tabla anterior se obtuvo el mercado potencial a continuación se determina la demanda insatisfecha en base al resultado de las encuestas aplicadas, en donde el 60% de los encuestados respondieron que si estarían interesados en invertir en el fideicomiso.

Debido a que la demanda insatisfecha es demasiado grande y que pretender abarcar el total de esa demanda es algo irreal, se determinó que únicamente se proyectará un 5% de esa esa demanda insatisfecha o mercado a ocupar debido a que en el sector norte de la ciudad existe alrededor de 19 empresas de fondos que ofrecen servicios similares entre los cuales se debe dividir el mercado de personas interesadas en invertir en un fideicomiso. Debido a todo esto se contará con una capacidad instalada y disponibilidad de personal acorde al inicio de sus operaciones.

Tabla 7*Demanda insatisfecha y mercado proyectado o meta*

Demanda Insatisfecha y mercado meta			
Mercado Potencial	Demanda insatisfecha según las encuestas 60%	Porcentaje de Mercado a Ocupar	Mercado Proyectado o Meta
330652	198391	5%	9920

*Elaborado por: El Autor***1.3.1.3 Segmentaciones geográficas y demográficas.**

A continuación, se presenta una tabla a manera de resumen sobre todas las segmentaciones del mercado que fueron realizadas hasta obtener un mercado proyectado o mercado meta lo más cercano a la realidad, junto con sus respectivos valores porcentuales y valores a nivel de número de personas.

Tabla 8*Segmentaciones geográficas y demográficas*

Segmentaciones	Porcentaje	N° de Personas
Población de la ciudad de Quito	100%	2239191
Población del área urbana	72%	1619146
Población del sector norte de la ciudad de Quito	64%	1036253
Población de 18 a 65 años	60,20%	686000
Población bajo relación de dependencia privada	48,20%	330652
Demanda insatisfecha	60%	198391
Mercado proyectado o meta	5%	9920

*Fuente: INEC, IEES**Elaborado por: El Autor***1.3.1.4 Plan de muestreo**

“Respecto del muestreo, que es la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada, para inferir el valor de una o varias características del conjunto, conviene señalar que existen dos tipos generales de muestreo: el probabilístico y el no probabilístico” (Baca, 2017, pág. 39)

Para el cálculo de la muestra necesaria para evaluar el universo de la población, se lo realizó mediante la fórmula extendida la cual determinó que se necesita aplicar 193 encuestas aproximadamente para que la muestra sea significativa y representativa con respecto a la población total.

Fórmula 1

Fórmula de muestreo

$$n = \frac{Z^2(P \times Q)N}{e^2(N - 1) + Z^2(P \times Q)}$$

Fuente: Wikipedia

Elaborado por: El Autor

Equivalencia de datos:

N

= Población o universo

N= 3968 personas

Z= Nivel de confianza

Z= 95% = 1,96

P= Probabilidad de ocurrencia

P= 50% = 0,50

Q= Probabilidad de no ocurrencia

Q= 50% = 0,50

e= Error de la muestra

e= 5% = 0,05

Desarrollo o despeje de fórmula:

$$n = \frac{1,96^2(0,50 \times 0,50)3968}{0,05^2(3968 - 1) + 1,96^2(0,50 \times 0,50)}$$

$$n = \frac{3,8416(0,25)3968}{0,0025(3967) + 3,8416(0,25)}$$

$$n = \frac{3810,87}{9,9175 + 0,9604}$$

$$n = \frac{3810,87}{10,88}$$

$$n = 350,26$$

$$n = 351$$

1.3.1.5 Instrumentos para recopilar información.

Con el fin de cumplir con los objetivos previamente planteados en cada uno de los capítulos del presente trabajo, se establecerán cinco etapas para poder determinar el impacto real que tendrá este proyecto de inversión en el mercado, cada una de estas fases se sustentarán en fuentes de naturaleza primarias y secundarias.

1.3.1.5.1 Fuentes de información secundarias.

Las fuentes de información secundarias serán aquellas que dan apoyo e

información de manera más lejana, como es el caso del base de datos, libros, ensayos y artículos científicos, e internet en general.

Objetivo:

Ejecutar una investigación de mercado con el fin de establecer la factibilidad y viabilidad de la creación de una empresa de fideicomisos dedicada a la captación de dinero y al otorgamiento de líneas de créditos a sus adherentes, al norte de la ciudad de Quito.

Tabla 9

Necesidades de información primer objetivo específico

Necesidades de información	Naturaleza información	Fuentes	Instrumentos
Conceptualización de los servicios	Secundaria	Libros, enciclopedias, base de datos, revistas	Libro físico y digitales, ensayos y artículos científicos
Entidades y organismos de control	Secundaria	Superintendencia de bancos, Superintendencia de compañías, Servicio de rentas internas	Bases de datos, información estadística, manuales y políticas de regulación

Elaborado por: El Autor

Objetivo:

Identificar la demanda potencial, la demanda insatisfecha y la demanda proyectada a fin de establecer un grado de confianza aceptable para que el proyecto se acerque lo más posible a la realidad del mercado

Tabla 10

Necesidades de información segundo objetivo específico

Necesidades de información	Naturaleza información	Fuentes	Instrumentos
Población, tamaño de la muestra	Secundaria	INEC, Banco central del Ecuador, Ecuador en cifras	Reportes y estadísticas de las diferentes entidades y sitios webs
Demanda del servicio	Secundaria	INEC, estudio de mercado, Ecuador en	Bases de datos, información estadística,

cifras

resultado de la
tabulación de las
encuestas

Elaborado por: El Autor

Objetivo:

Determinar las estrategias a seguir para cumplir con el plan de marketing de tipo Mix, el cual está compuesto por cuatro factores principales: precio, plaza, servicio y promoción. Teniendo estos factores en cuenta se asegura que el servicio tenga las máximas posibilidades de ser bien recibido en el mercado por parte de los futuros usuarios o adherentes.

Tabla 11

Necesidades de información tercer objetivo específico

Necesidades de información	Naturaleza información	Fuentes	Instrumentos
Conceptualización de términos	Secundaria	Libros, revistas, publicaciones y artículos científicos	Definiciones métodos y formas publicitarias
Plataformas digitales	Secundaria	Google, páginas web, redes sociales, prensa	Bases de datos, marketing web, servicios publicitarios digitales

Elaborado por: El Autor

Desarrollo de Instrumentos:

Tabla 12

Instrumentos de fuentes secundarias

Tipo de fuente	Autor	Año	Detalle
Libros	Baca Urbina Gabriel	2017	Evaluación de Proyecto
	Camacho Zegarra María Augusta	2018	Fideicomiso como alternativa de Desarrollo Social
	Carrillo Rosero Diego Andrés; Vega Falcón Vladimir; Navas	2019	Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión

Garro Edwin	2017	Herramientas de la Calidad
Instituto Nacional Tecnológico INATEC	2018	Manual para el Protagonista: Higiene y Seguridad en el Trabajo
Meza Orozco Jhonny de Jesús	2017	Evaluación Financiera de Proyectos
Molina Ríos Jimmy Rolando; Zea Ordóñez Mariuxi Paola; Contento Segarra María José; García Zerda Fabricio Gustavo	2017	Estado del Arte: Metodologías de Desarrollo en Aplicaciones Web
Mondragon Puerto Diana	2017	Formulación y Evaluación de Proyectos
Rodríguez Aranday Fernando	2018	Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión: Una Propuesta Metodológica
Salvador Pérez Leonardo; Jurado Zurita Ramiro; Rodríguez Salazar Pedro; Revelo Oña Renato; Haro Haro Edwin	2017	Evaluación de Proyectos de Inversión
Unidad Especializada de Formación Continua	2020	Fortalecemos Valores, Principios y Virtudes
Viñan Villagrán Janneth; Puente Riofrío Mariana; Ávalos Reyes Juan; Córdova Prócel Juan	2018	Proyectos de Inversión: Un Enfoque Práctico
Zayas, Barreras, Imelda	2020	La Gestión del Talento Humano: Una Necesidad para Él
Fuentes de Organizaciones Reguladoras	Superintendencia	de Compañías,

Fuentes de Organizaciones Privadas	Superintendencia de Bancos, Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, Servicio de Rentas Internas
Internet	Bancos, financieras, mutualistas, cooperativas de ahorro y crédito Conceptualización y datos relacionados al modelo de negocio fiduciario, plan y estrategias de marketing, bases de datos para la investigación de mercado

Elaborado por: El Autor

1.3.1.5.2 Fuentes de información primarias

Las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del servicio, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo; ésta se puede hacer en tres formas: observación directa, método de experimentación y aplicación de encuestas. (Baca, 2017)

Las fuentes de información primarias son aquellas que vengan de primera mano o de primera persona; como sería el caso de las encuestas. El número exacto de encuestas realizadas a manera de muestra fue obtenido anteriormente mediante la fórmula para el muestreo, en la cual se obtuvieron 351 como una cantidad significativa que represente al universo o población a estudiar.

A continuación, se presenta la forma general de la encuesta que fue aplicada a 351 personas:

1.- ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

- De 18 a 25 años ()
- De 26 a 35 años ()
- De 36 a 50 años ()
- Más de 50 años ()

2.- ¿Cuánto conoce usted sobre finanzas personales?

- Mucho ()
- Poco ()
- Nada ()

3.- ¿En la actualidad en que categoría gasta más sus ingresos mensuales?

- Servicios básicos ()
- Alimentación ()
- Pago de deuda ()
- Educación ()

4.- ¿Planifica usted sus gastos mensuales en base a sus ingresos?

- Siempre ()
- Usualmente ()
- Ocasionalmente ()
- Nunca ()

5.- ¿Conoce usted cuales son los beneficios de ser socio de un Fideicomiso de inversión?

- Mucho ()
- Poco ()
- Nada ()

6.- ¿Cuenta usted actualmente con un fondo de ahorros?

- Si ()
- No ()

7.- ¿Cuál cree usted que es su mayor obstáculo para ahorrar?

- Falta de cultura de ahorros ()
- Los ingresos no alcanzan para ahorrar ()
- Pago de deudas ()

8.- ¿Le gustaría invertir una parte de sus ingresos en un fideicomiso de inversiones?

- Si ()
- No ()

9.- ¿A que tasa de rendimiento le gustaría que su inversión generara ganancias?

- Al 4,25% ()
- Al 5,68% ()
- Al 8,7% ()
- Al 7,5% ()

10.- ¿Qué tan afectada ha sido su situación económica por causas de la pandemia COVID-19?

- Grave ()

- Muy Grave ()
- Media ()
- Baja ()
- Ninguna ()

11.- ¿Si busca mejorar su situación económica, por cuales de las siguientes alternativas optaría?

- Acceder a créditos ()
- Buscar otras fuentes de ingresos ()
- Disminuir gastos ()

12.- ¿Recurre usted al uso frecuente de la tarjeta de crédito para cubrir sus obligaciones financieras?

- Siempre ()
- Usualmente ()
- Ocasionalmente ()
- Nunca ()

Gracias por su tiempo

1.3.1.6 Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas.

En base al tamaño de las 351 encuestas que se realizaron al norte de la ciudad de Quito, se procede a realizar la correcta tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en cada una de las preguntas que conforman la encuesta de mercado.

“Finalmente, y como una gran ayuda para una mejor interpretación de los datos, se realizan tabulaciones sencillas o cruzadas. Una tabulación o tabla sencilla significa simplemente resumir en un solo cuadro o tabla todas las observaciones” (Baca, 2017, pág. 44)

Objetivo: Establecer las preferencias e intereses de los posibles adherentes o clientes

Encuestados: Personas de entre 18 a 65 años del sector privado bajo relación de dependencia.

Tipo de preguntas: Cerradas

Definición del servicio: Servicio de captación de fondos a una tasa de interés mensualizada y reinvertida interés sobre interés, otorgamiento de líneas de crédito para vivienda y para consumo general.

Tabla 13

¿Qué edad tiene?

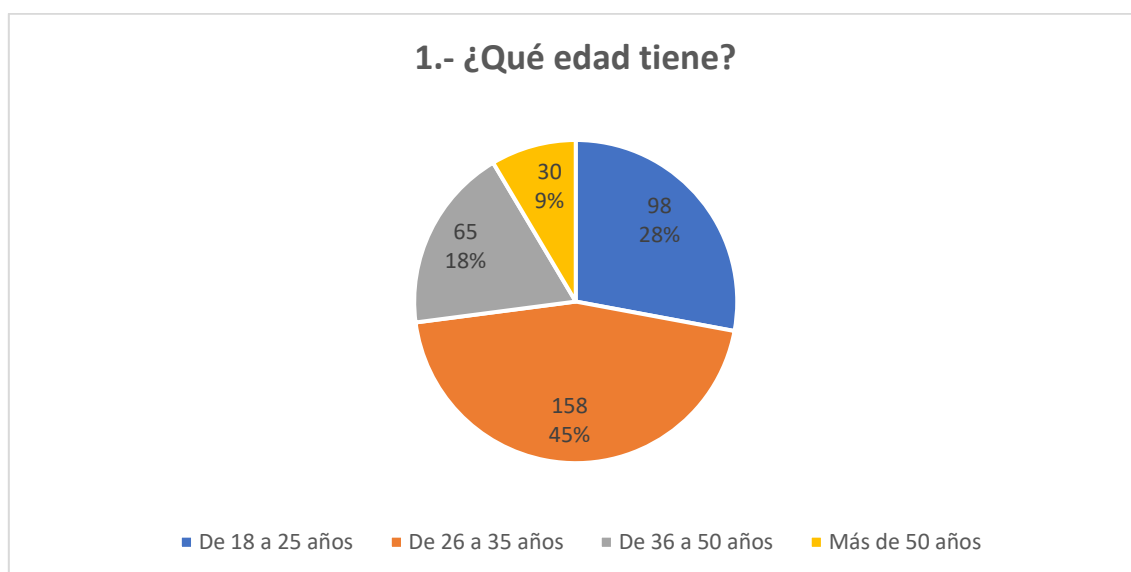
1.- ¿En qué rango de edad se encuentra usted?	N° de Respuestas	Porcentajes
De 18 a 25 años	98	28%
De 26 a 35 años	158	45%
De 36 a 50 años	65	19%
Más de 50 años	30	9%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 1

¿Qué edad tiene?



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Análisis:

La mayoría de las personas en el sector laboral corresponden a edades que van desde los 26 a los 35 años, esto en vista de que cada vez más jóvenes son más preparados académicamente y pueden comenzar antes en el mundo laboral

Interpretación:

El mayor número de posibles clientes o adherentes se encuentran entre las edades de 26 a 35 años, debido a que este rango de edades ocupa la mayoría de las personas encuestadas y que están laborando en la actualidad bajo relación de dependencia en

alguna empresa privada.

Tabla 14

¿Cuánto conoce usted sobre finanzas personales?

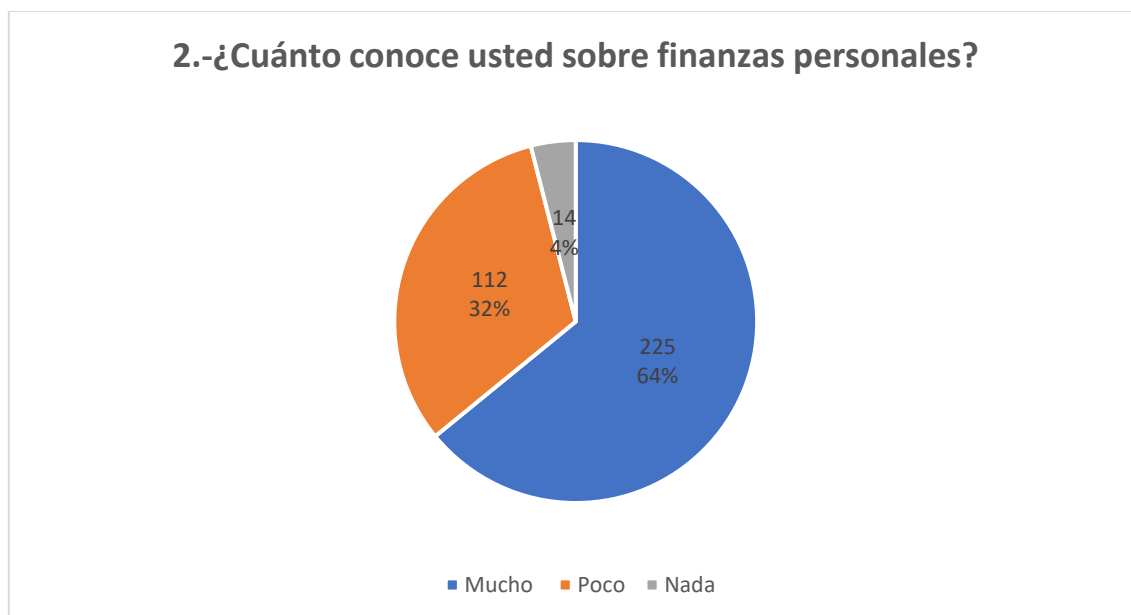
2.-¿Cuánto conoce usted sobre finanzas personales?	N° de Respuestas	Porcentajes
Mucho	225	64%
Poco	112	32%
Nada	14	4%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: el Autor

Ilustración 2

¿Cuánto conoce usted sobre finanzas personales?



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Análisis:

Apenas el 64% de los encuestados conocen o ponen en práctica las finanzas personales los preceptos básicos de finanzas personales, el 32% de los encuestados apenas han oído hablar o sabe ligeramente o que comprende las finanzas personales y el 14% no sabe ni ha escuchado nada sobre finanzas personales.

Interpretación:

La mayor parte de las personas encuestadas no conocen sobre las prácticas y organización de las finanzas personales, lo cual denota una falta de cultura de ahorro y de

proyección de gastos que no es aplicada en el día a día de la mayoría de las personas encuestadas.

Tabla 15

¿En la actualidad en que categoría gasta más sus ingresos mensuales?

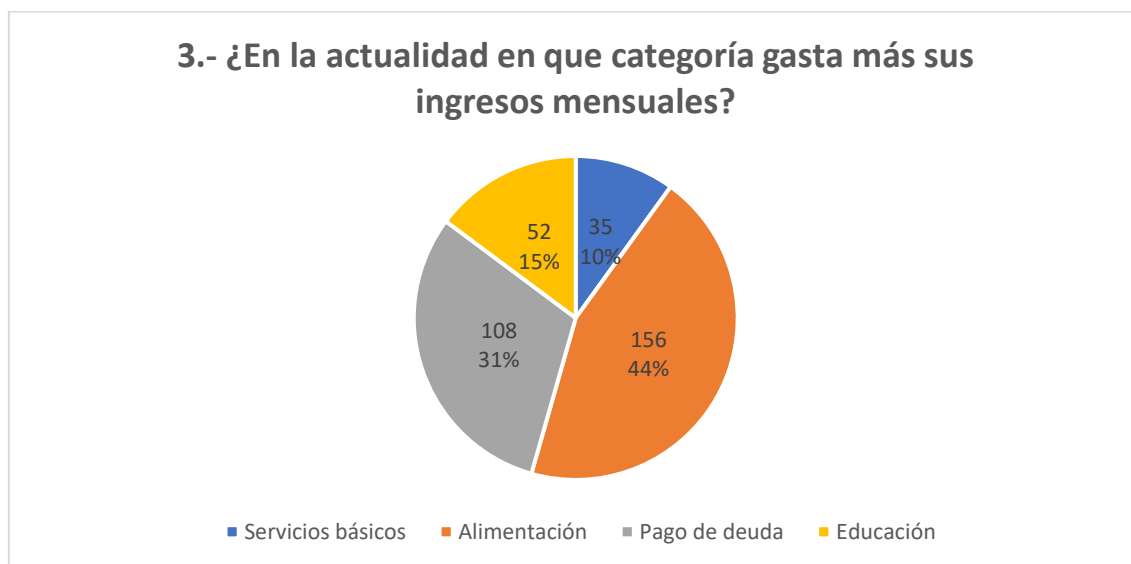
3.- ¿En la actualidad en que categoría gasta más sus ingresos mensuales?	N° de Respuestas	Porcentajes
Servicios básicos	35	10%
Alimentación	156	44%
Pago de deuda	108	31%
Educación	52	15%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Ilustración 3

¿En la actualidad en que categoría gasta más sus ingresos mensuales?



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Análisis:

De los encuestados el 44% de ellos aseguran que gastan la mayoría de sus ingresos en alimentación, otro grupo importante de personas que corresponde al 31% asegura que la mayoría de sus ingresos se van en el pago de las deudas o haberes contraídos con anterioridad con diversas personas e instituciones financieras.

Interpretación:

Casi la mitad de los encuestados aseguran que la mayoría de sus ingresos

únicamente son para cubrir lo referente a la alimentación de su hogar, y cerca de un tercio de los encuestados gastan su mayoría de ingresos en el pago de sus deudas contraídas con anterioridad.

Tabla 16

¿Planifica usted sus gastos mensuales en base a sus ingresos?

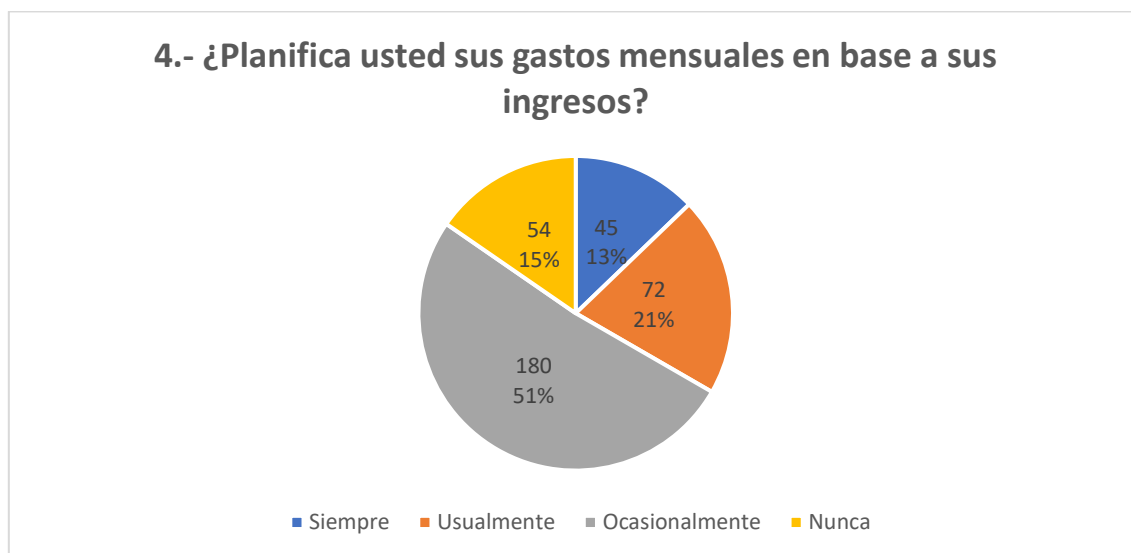
4.- ¿Planifica usted sus gastos mensuales en base a sus ingresos?	N° de Respuestas	Porcentajes
Siempre	45	13%
Usualmente	72	21%
Ocasionalmente	180	51%
Nunca	54	15%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 4

¿Planifica usted sus gastos mensuales en base a sus ingresos?



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Análisis:

De los datos obtenidos por parte de los encuestados, el 51% de ellos planifican siempre de manera mensual sus gastos, y otro grupo, el 21% lo realiza usualmente. De igual forma existe un pequeño grupo que no planifica sus gastos mensuales o lo hacen solo de forma ocasional.

Interpretación:

Si bien más de la mitad de los encuestados realizan o planifican de manea mensual los gastos que estos van a tener a lo largo del mes en base a lo que esperan recibir de ingresos, cerca de un cuarto de los encuestados no lo hace más que de manera ocasional y poco frecuente

Tabla 17

¿Conoce usted cuales son los beneficios de ser socio de un Fideicomiso de inversión?

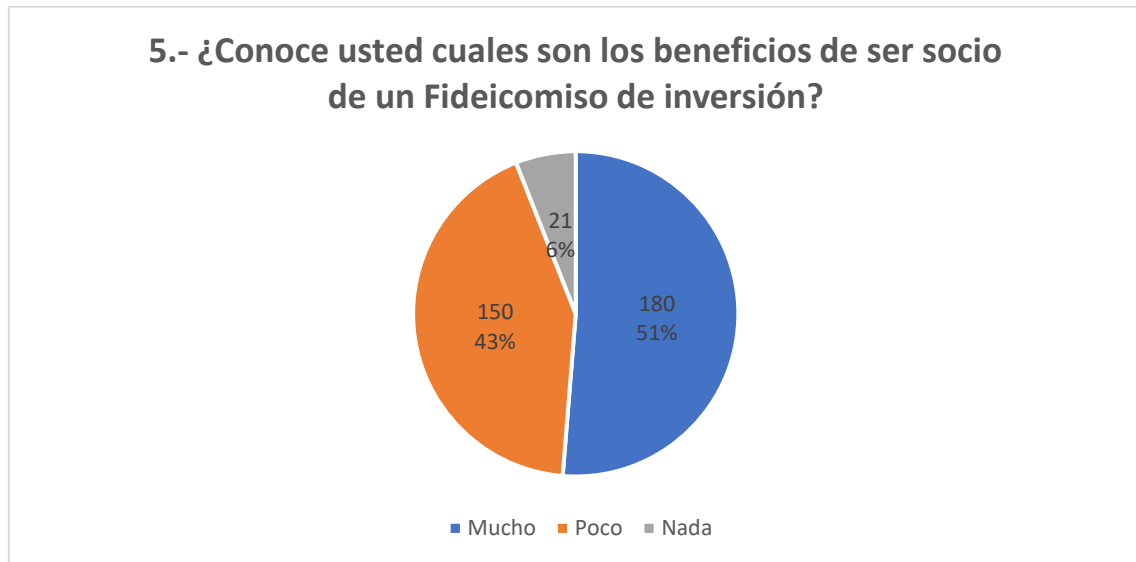
5.- ¿Conoce usted cuales son los beneficios de ser socio de un Fideicomiso de inversión?	Nº de Respuestas	Porcentajes
Mucho	180	51%
Poco	150	43%
Nada	21	6%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 5

¿Conoce usted cuales son los beneficios de ser socio de un Fideicomiso de inversión?



Fuente: encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Análisis:

El 53% de los encuestados conocen o saben cuáles son algunos de los beneficios o servicios que ofrecen los fideicomisos, mientras que un 43% de ellos apenas conoce algo referente al tema de los fideicomisos o fondos de inversiones.

Interpretación:

Aproximadamente la mitad de los encuestados tiene una vaga idea o conocimiento

de manera generar sobre el tipo de servicios que brinda un fideicomiso a sus adherentes, mientras que el resto de los encuestados no tienen ninguna idea sobre el tema, lo que denota la poca dispersión mediática que tiene este tipo de negocio dentro del país.

Tabla 18

¿Cuenta usted actualmente con un fondo de ahorros?

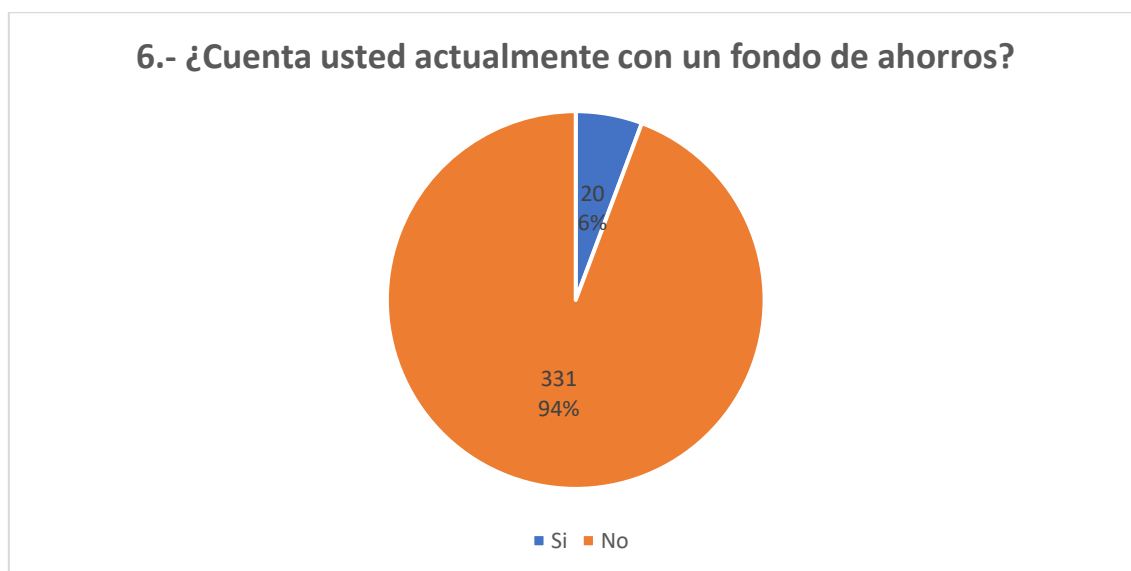
6.- ¿Cuenta usted actualmente con un fondo de ahorros?	N° de Respuestas	Porcentajes
Si	20	6%
No	331	94%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 6

¿Cuenta usted actualmente con un fondo de ahorros?



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Análisis:

De las personas encuestadas el 94% de ellos contestaron que no disponen de ningún tipo de fondos ahorrados con el fin de sobrellevar o hacer frente a alguna necesidad o crisis que pueda venir y afectarles, por lo que no cuentan con un sustento en caso de emergencia.

Interpretación:

La gran mayoría de los encuestados no cuentan con ningún tipo de fondos de

ahorros programados, a los cuales acudir en caso de alguna eventualidad o emergencia en la que se necesite dinero extra para solventarla. La cual deja en claro la poca cultura de ahorro que tiene el país y sus habitantes.

Tabla 19

¿Cuál cree usted que es su mayor obstáculo para ahorrar?

7.- ¿Cuál cree usted que es su mayor obstáculo para ahorrar?	N° de Respuestas	Porcentajes
Falta de cultura de ahorros	39	11%
Los ingresos no alcanzan para ahorrar	187	53%
Pago de deudas	125	36%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Ilustración 7

¿Cuál cree usted que es su mayor obstáculo para ahorrar?



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Análisis:

El principal impedimento para ahorrar según el 53% de los encuestados es que el dinero que perciben mensualmente después de cubrir todos los gastos de cada mes, no les queda suficiente para poder realizar un ahorro constante o programado, el otro 36% de las personas aseguran que es debido a que no poseen una cultura de ahorro arraigada por lo cual se les dificulta adquirir esta cultura y aplicarla mes a mes.

Interpretación:

Debido al poco dinero que en la actualidad se percibe por un trabajo estable y con todas las compensaciones de ley, a las personas se les dificulta que al final de cada mes luego de cubrir sus gastos les quede dinero extra para ahorrar o invertir en algo. Este se agrava más al no contar con una cultura de ahorro arraigada en la mayoría de las personas.

Tabla 20

¿Le gustaría invertir una parte de sus ingresos en un fideicomiso de inversiones?

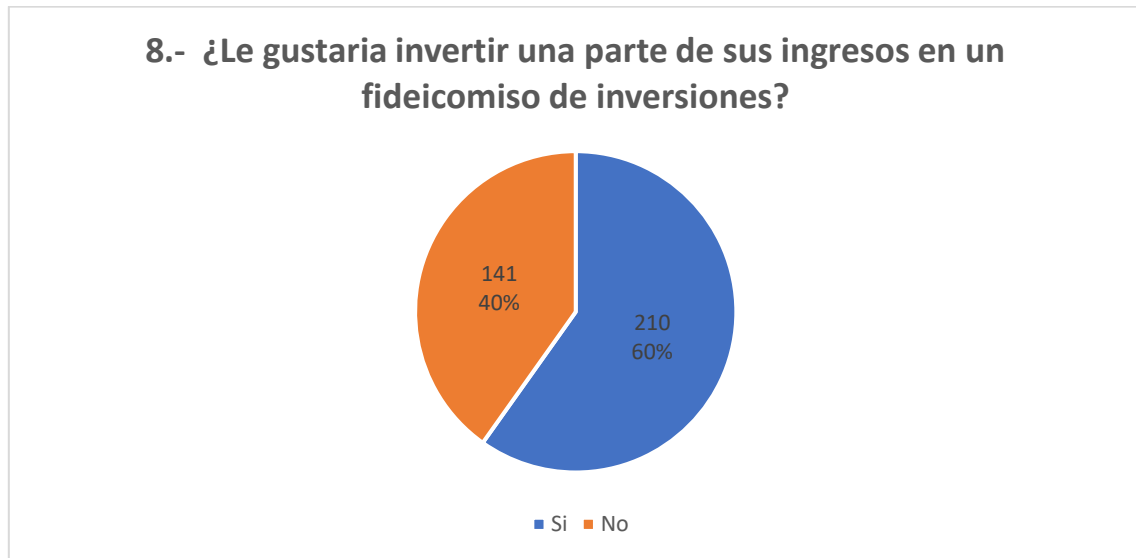
8.- ¿Le gustaría invertir una parte de sus ingresos en un fideicomiso de inversiones?	N° de Respuestas	Porcentajes
Si	210	60%
No	141	40%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 8

¿Le gustaría invertir una parte de sus ingresos en un fideicomiso de inversiones?



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Análisis:

Al 60% de las personas encuestadas se ven interesadas en la idea de invertir parte de sus ingresos en un fondo de inversiones de manea mensual, mientras que el 40% restante no está interesado en hacerlo.

Interpretación:

Mas de la mitad se encuentran interesadas en los servicios y beneficios que ofrece

el fideicomiso, por lo cual, están predispuestas a invertir una parte de sus ingresos en el fondo de inversiones de manera mensual.

Tabla 21

¿A que tasa de rendimiento le gustaría que su inversión generara ganancias?

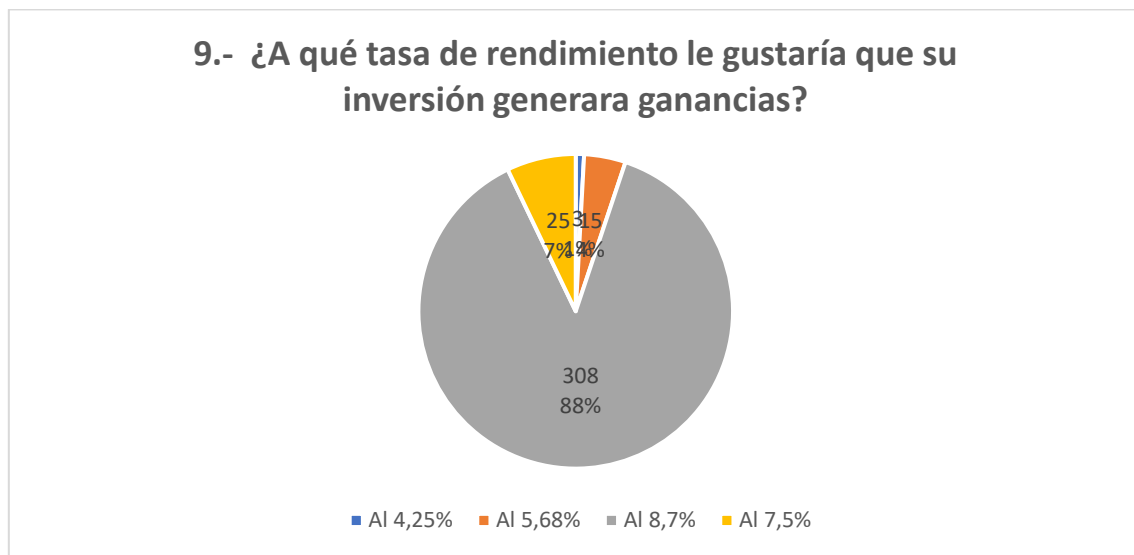
9.- ¿A qué tasa de rendimiento le gustaría que su inversión generara ganancias?	N° de Respuestas	Porcentajes
Al 4,25%	3	1%
Al 5,68%	15	4%
Al 8,7%	308	88%
Al 7,5%	25	7%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 9

¿A que tasa de rendimiento le gustaría que su inversión generara ganancias?



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Análisis:

La gran mayoría de los encuestados, concretamente el 88%, le gustaría que sus inversiones o depósitos mensuales generen una ganancia del 8,7% anual, pero pagada de manera mensualizada para poder generar interés sobre interés por concepto de reinversión de capital.

Interpretación:

A la gran mayoría de encuestados prefieren que sus depósitos mensuales a manera

de ahorros generen una renta anual del 8,70%, pero que los mismos intereses sean pagados de manera mensual para que estos sean reinvertidos en el fideicomiso a manera de interés compuesto.

Tabla 22

¿Qué tan afectada ha sido su situación económica por causas de la pandemia COVID?

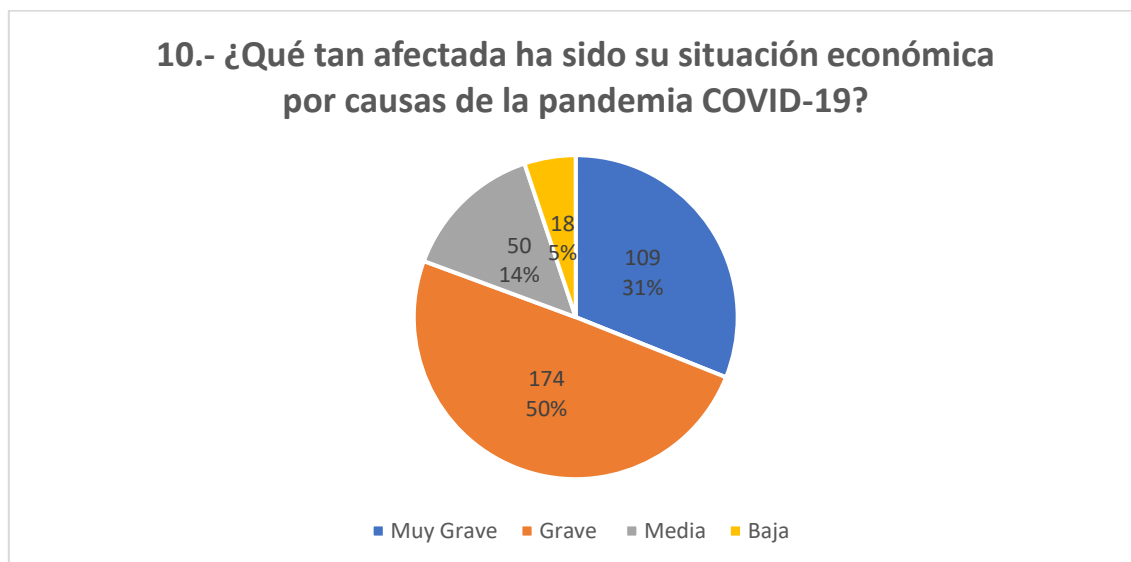
10.- ¿Qué tan afectada ha sido su situación económica por causas de la pandemia COVID-19?	Respuestas	Porcentaje
Muy Grave	109	31%
Grave	174	50%
Media	50	14%
Baja	18	5%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 10

¿Qué tan afectada ha sido su situación económica por causas de la pandemia COVID?



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Análisis:

A consecuencia de la crisis sanitaria que ha vivido el país, el 50% de los encuestados respondieron que su situación económica se ha visto perjudicada de manera grave a consecuencia de dicha pandemia. Mientras que un 31% asegura que la pandemia les perjudicó de manera muy grave a nivel económico.

Interpretación:

A consecuencia de la crisis sanitaria que ha vivido el país, el 50% de los encuestados respondieron que su situación económica se ha visto perjudicada de manera grave a consecuencia de dicha pandemia. Mientras que un 31% asegura que la pandemia les perjudicó de manera muy grave a nivel económico.

Tabla 23

¿Si busca mejorar su situación económica, por cuales alternativas optaría?

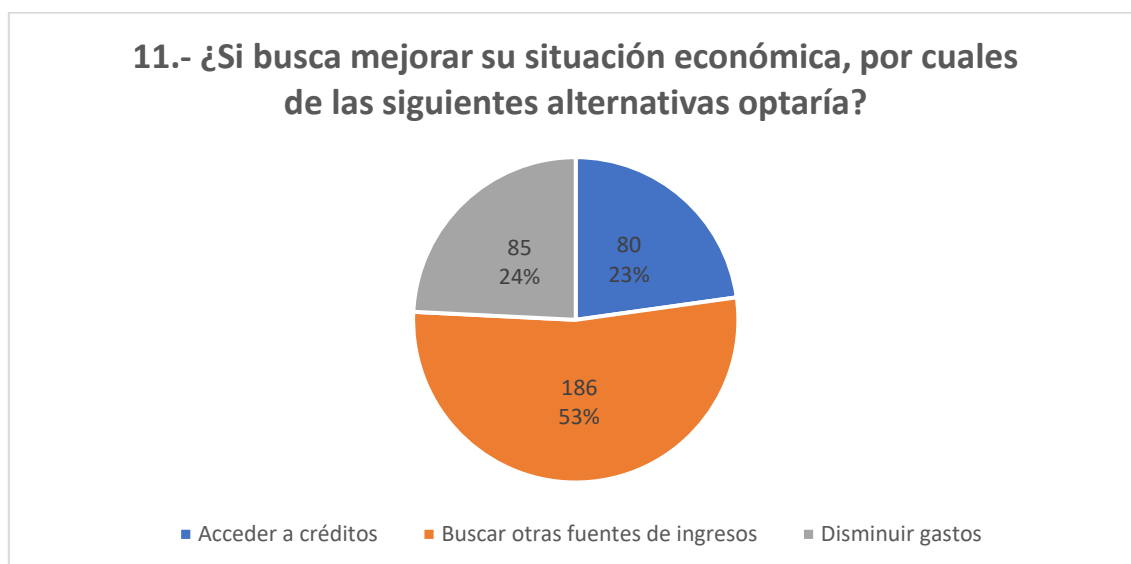
11.- ¿Si busca mejorar su situación económica, por cuales de las siguientes alternativas optaría?	Respuestas	Porcentaje
Acceder a créditos	80	23%
Buscar otras fuentes de ingresos	186	53%
Disminuir gastos	85	24%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 11

¿Si busca mejorar su situación económica, por cuales alternativas optaría?



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Análisis:

El 53% de los encuestados aseguran que el buscar nuevas fuentes de ingresos es la mejor opción para mejorar su situación económica actual, un 24% asegura que la opción es tratar de reducir todos los gastos para mejorar la eficiencia de sus ingresos. Por último, el 23% aseguran que una opción para mejorar su condición económica es la de tratar de acceder a créditos en las diferentes entidades financieras existentes en el país.

Interpretación:

Más de la mitad de los encuestados aseguran que la mejor opción para mejorar su situación económica es la de buscar nuevas fuentes de ingresos, un cuarto asegura que lo mejor es reducir sus gastos y otro cuarto de los encuestados aseguran que lo mejor es optar por líneas de crédito de instituciones financieras.

Tabla 24

¿Qué tipo de crédito estaría interesado en adquirir?

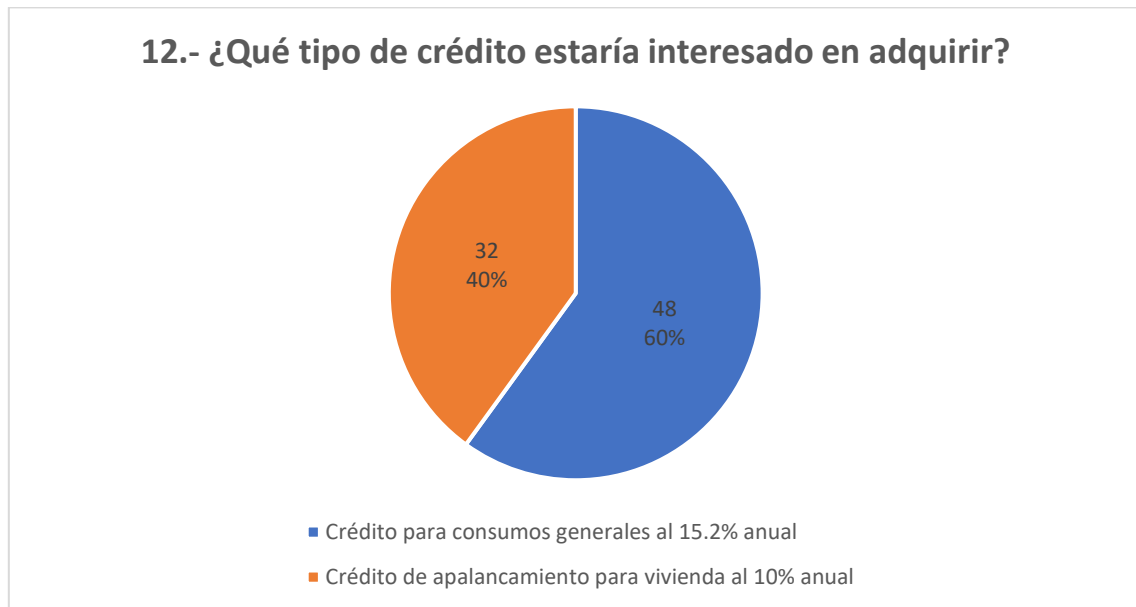
12.- ¿Qué tipo de crédito estaría interesado en adquirir?	Respuestas	Porcentaje
Crédito para consumos generales al 15.2% anual	48	60%
Crédito de apalancamiento para vivienda al 10% anual	32	40%
Total	80	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 12

¿Qué tipo de crédito estaría interesado en adquirir?



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

Análisis:

De los encuestados interesados en adquirir algún tipo de crédito por parte del fideicomiso, se determina que el 60% de ellos lo harían con la intención de ocuparlos para gastos generales, mientras que el 40% restante lo ocuparía para apalancamiento de

vivienda.

Interpretación:

Los créditos destinados para consumos generales suelen ser los más utilizados y demandados por los clientes, en vista de que son de rápido acceso y costa de tener las tasas más elevadas en comparación a otras líneas crediticias.

1.3.1.7 Análisis e interpretación de las tasas.

Tasa de crecimiento poblacional

Se estima que la tasa poblacional crecerá desde el 2022 al 2025 en una media anual de 1,32% cada año de manera vegetativa. Con lo cual, se puede interpretar que la población seguirá creciendo de manera continua, como lo ha venido haciendo los últimos 20 años de manera progresiva.

Tabla 25

Proyección de tasa de crecimiento poblacional

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tasa		1,32%	1,32%	1,32%	1,32%
Población	18.016.253	18.254.067	18.495.021	18.739.155	19.208.654

Fuente: INEC

Elaborado por: El Autor

Tasa de crecimiento del sector

Debido a la pandemia actual, la misma que ha repercutido la vida de las personas durante los últimos años, ha hecho que más personas se planteen tener un fondo ahorrado al cual acudir en caso de futuros imprevistos o enfermedades futuras. Como el fideicomiso únicamente permite que sus adherentes sean personas con trabajo fijo y estable, un buen indicador de crecimiento es el número o porcentaje de afiliaciones bajo relación de dependencia de manera privada por año del IESS, el cual cerró el año 2021 con un aumento del 5% de manera promedia, con esto se denota con que ritmo está creciendo los trabajos plenamente remunerados en el país.

Tabla 26

Proyección de tasa de crecimiento del sector

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tasa de crecimiento		5%	5%	5%	5%
Empleados Privados Bajo Relación de Dependencia	347184	364544	382771	401909	347184

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social 2021

Elaborado por: El Autor

Tasa inflacionaria

“La única alternativa es hacer variar los precios conforme a la tasa de inflación esperada” (Baca, 2017, pág. 64). Según datos del Banco Central del Ecuador se prevé una proyección de la tasa inflacionaria para el 2022 del 2,32% con respecto al año anterior, para el 2023 se prevé una tasa inflacionaria del 1,38% lo que resulta en una deflación del 0,94% con respecto al año anterior. De igual manera proyecta una tasa inflacionaria del 1% de manera vegetativa para cada uno de los siguientes tres años.

Tabla 27

Proyección de tasa inflacionaria

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tasas inflacionarias		2.14%	1.83%	1.50%	1.30%

Fuente: Statista

Elaborado por: El Autor

Tasa de capacidad operativa

La tasa de capacidad operativa crecerá en la misma medida en que aumente los nuevos adherentes, es decir, será igual a la tasa de crecimiento de empleados privados bajo relación de dependencia afiliados al IESS en el país, que se tiene previsto que sea el equivalente del 5% cada año con respecto al anterior de manera vegetativa por los siguientes cinco años. Al inicio de las operaciones el fideicomiso contará con una cantidad operativa instalada máxima de 13589 adherentes por año, debido a que por día se puede adherir un máximo de 38 nuevos clientes, a un ritmo de 15 minutos aproximadamente por cada uno, durante las ocho horas de trabajo en un día de jornada completa.

Tabla 28

Proyección de capacidad operativa

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tasas	73%	75.05%	77.17%	79.35%	81.58%
Adherentes por año	9920	10199	10487	10783	11086

Elaborado por: El Autor

1.3.2 Demanda Potencial

El análisis del mercado implica la cuantificación de la demanda potencial insatisfecha del servicio en estudio, sin importar si hay datos estadísticos disponibles

sobre el mismo. (Baca, 2017, pág. 24)

La necesidad de esta cuantificación lleva necesariamente a la aplicación de la metodología de investigación, ya que, al momento de seleccionar cualquier tipo de servicio para cuantificar su demanda potencial, por lo general se sabe muy poco de ella y hay que realizar una verdadera investigación para determinarla. (Baca, 2017, pág. 24)

Para estimar la demanda potencial de nuevos servicios o la demanda actual para servicios que ya existen en el mercado, si es que para dichos servicios no existan estadísticas escritas en cualquiera de las fuentes de información disponibles, es posible realizar el siguiente procedimiento:

Tabla 29

Mercado Potencial del Norte de la ciudad de Quito.

SEXO	DE 18 AÑOS HASTA 65 AÑOS (66,20%)	EMPLEADOS PRIVADOS 48,2%
Hombre	332002	160025
Mujer	353997	170627
Total	686000	330652

Elaborado por: El Autor

“La demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año, del balance oferta-demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro” (Baca, 2017, pág. 57)

Tabla 30

Demanda Potencial Insatisfecha.

MERCADO POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA SEGÚN LAS ENCUESTAS 60%	PORCENTAJE DE MERCADO A OCUPAR	DEMANDA POTENCIAL O MERCADO META
330652	198391	5%	9920

Elaborado por: El Autor

Con todo esto se quiere decir que aunque no se tenga un cálculo numérico de la demanda insatisfecha futura y aunque se llegue a calcular, es necesario analizar una serie de factores que existen en todo el mercado y que pesan aún más que el cálculo de un número llamado demanda insatisfecha, y recalcar que los datos obtenidos de fuentes primarias son más importantes que los obtenidos de fuentes secundarias, dados los problemas de confiabilidad de estos últimos (Baca, 2017, pág. 57)

1.4 Análisis del Macro y Micro Ambiente

1.4.1 Análisis del micro ambiente.

1.4.1.1 Amenaza de los nuevos competidores.

Esta amenaza puede ser medida siempre que se tenga en cuenta que iniciar un fondo de inversión no exige una inversión inicial considerable, en comparación a la creación de un banco o de una cooperativa. Sin embargo, las opciones de generación de valor en este tipo de negocio no son muchas y por ende no existe demasiadas diferencias entre lo que un fideicomiso u otro puede ofrecer, más allá de las facilidades para acceder a distintas líneas de crédito a bajas tasas, la forma de pago de los intereses y el porcentaje de las tasas a los fondos invertidos por los adherentes. Además, para iniciar un fideicomiso no es necesario contar con un gran número de adherentes, pues el negocio puede comenzar con un número limitado de depositantes sin que eso implique una barrera en su crecimiento económico.

“El entorno social es cada vez más hostil y las empresas cada vez más complejas, existe cada día más competencia en todas las áreas, para ello existen múltiples estrategias con aplicaciones a distintos niveles” (Mondragon, 2017, pág. 33).

En el negocio de los fideicomisos la amenaza de nuevo competidores es baja. Si bien no existe ningún tipo de barrera que impida la aparición de nuevos negocios fiduciarios lo cierto es que poder realizar la constitución del negocio, realizar los trámites pertinentes para su constitución y posterior funcionamiento, no son cosas sencillas y demandan de manera considerable tiempo y esfuerzo, además que se necesita tener la experticia suficiente para poder manejarse en ese tipo de entorno y ambientes económicos con el cual pocas personas están familiarizadas.

1.4.1.2 Poder de negociación de los proveedores.

Esta fuerza no aplica mucho al negocio de los fideicomisos o fondos de inversión, debido a que estos no se manejan a través de proveedores, ya que los adherentes únicamente se relacionan de manera directa y sin intermediarios con el fideicomiso y este a su vez, con otras entidades gubernamentales. “Los proveedores son los agentes del mercado encargados de proveer de materia prima e insumos necesarios para producir los bienes y servicios que los consumidores requieran” (Salvador, Jurado, Rodríguez, Revelo, & Haro, 2017, pág. 38). De manera que, el impacto de esta fuerza es baja o no resulta significativa para el tipo de negocio que va dirigida esta propuesta.

1.4.1.3 Poder de negociación de los usuarios.

En este tipo de negocio fiduciario esta fuerza que se mide por el poder de elección de los usuarios o adherentes es considerablemente alto. En la actualidad las personas pueden comprar de manera inmediata las tasas de las distintas entidades financieras, así como el de otros fideicomisos o fondos de inversión a través de internet y determinar así cual les conviene más por encima de otras ofertas.

En la economía de la información, internet está moviendo a algunas industrias hacia la competencia perfecta. Esto se debe que la compra por comparación es más fácil por internet, debido a los motores de búsqueda, gracias a ellos los consumidores pueden reunir información de precios por internet y luego usarla para negociar un precio más bajo de un vendedor fuera de línea convencional. (Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017)

Adicionalmente, la fidelidad por la marca es prácticamente imposible de lograr, debido a que las personas únicamente ven las tasas a la cual sus inversiones rendirán y la facilidad para acceder a líneas de créditos y sus correspondientes tasas, a los adherentes no les interesa o importa muy poco la institución financiera, fideicomiso o fondos de inversión siempre que estos tengan las mejores rentabilidades y tasas más bajas para los préstamos, así como su facilidad para acceder a ellos.

1.4.1.4 Amenaza de servicios sustitutos.

La cuarta fuerza es la amenaza de los servicios sustitutos, un producto sustituto satisface la misma necesidad que aquel con el cual se compara La existencia de muchos productos sustitutos puede implicar una mayor dispersión del mercado y consecuentemente disminuir el número de consumidores potenciales. (Carrillo, Vega, & Navas, 2019, pág. 49)

Esta fuerza se puede medir teniendo en cuenta los dos servicios principales del negocio, como son: captación de ahorros y líneas de créditos, en este ámbito existen varias alternativas para cubrir esta necesidad; los bancos, las financieras, las cooperativas y las mutualistas son algunas de ellas.

Los adherentes podrían acudir a cualquiera de estas opciones que ofrecen servicios similares al fondo de inversión. Debido a todo lo expuesto esta fuerza podría calificarse como alta, debido a que los servicios de fideicomisos o fondos de inversión no son tan extendidos o conocidos como las anteriores alternativas ya expuestas, lo que repercute en su llegada al futuro adherente y en su consolidación en el mercado.

1.4.1.5 Rivalidad existente entre competidores.

Debido a la gran cantidad de instituciones financieras como: bancos, financieras, cooperativas y mutualistas existentes en el país, se ha vuelto una pugna por quien ofrece sus mejores servicios y quien lo puede hacer ofreciendo las tasas más competitivas de interés tanto para ahorros como para créditos.

La capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan. Se entiende por ventaja comparativa aquella habilidad, recurso, conocimiento, atributos, etc., de que dispone una empresa, de la que carecen sus competidores y que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a estos. (Salvador, Jurado, Rodríguez, Revelo, & Haro, 2017, pág. 38)

Todo esto consolida esta fuerza como media alta, ya que, si bien es cierto que existe mucha competencia entre dichas instituciones, el fideicomiso cuenta con diferencias importantes que harán que los adherentes se vean interesados en invertir en el fondo por encima de otras opciones, como por ejemplo: los pagos mensualizados de los intereses que pueden volver a ser reinvertidos para ganar interés sobre el interés, o la facilidad de acceder a líneas de crédito con un mínimo de tres aportaciones consecutivas o tres meses de haber empezado a invertir en el fondo, además de que al final del ejercicio la rentabilidad del fideicomiso será repartida de manera equitativa entre todos los adherentes.

1.4.2 Análisis del macro ambiente.

Figura 1

Análisis Macro ambiente



Elaborado por: El Autor

1.4.3 Proyección de la oferta.

1.4.3.1 Oferta proyectada.

La oferta proyectada se la determinó en base a la segmentación del mercado tanto geográfica como demográfica, y al resultado de la tabulación de las encuestas realizadas en el estudio de mercado, además se consideró la capacidad operativa, la disponibilidad del espacio físico y personal. Como resultado se estableció en base a datos históricos que una previsión razonable y coherente de la oferta sería el equivalente al 5% de la demanda insatisfecha, es decir, el primer año se espera llegar a contar con cerca de 3968 adherentes según las proyecciones.

Tabla 31

Mercado potencial del Norte de la ciudad de Quito

Sexo	De 18 Años Hasta 65 Años (66,20%)	Empleados Privados 48,2%
Hombre	332002	160025
Mujer	353997	170627
Total	686000	330652

Fuente: INEC, IESS

Elaborado por: El Autor

Tabla 32*Oferta proyectada*

Mercado Potencial	Demanda insatisfecha según las encuestas 60%	Porcentaje de Mercado a Ocupar	Oferta Proyectada
330652	198391	5%	9920

*Fuente: Encuestas aplicadas**Elaborado por: El Autor*

Para las proyecciones de los siguientes cinco años, se estableció como indicador el índice de crecimiento de trabajadores bajo relación de dependencia del 1,30% (fuente: dato obtenido del Banco Central del Ecuador), a partir del segundo año. Se utilizó este indicador ya que es importante en este tipo de negocio, debido a que el fideicomiso debita de manera automática cada mes una parte del sueldo de la cuenta del adherente y la ingresa en el fondo del fideicomiso. Por esta razón, se vuelve necesario que el adherente cuente con un ingreso fijo mensual y sea cancelado mediante planillas del IESS.

Tabla 33*Proyección de demanda de clientes*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Incremento de empleados privados bajo relación de dependencia		5%	5%	5%	5%
Adherentes por año	9920	10416	10937	11484	12058

*Fuente: Ecuador en cifras**Elaborado por: El Autor***1.5 Demanda Potencial Insatisfecha**

La demanda potencial insatisfecha se obtuvo a partir de las encuestas realizadas en el estudio de mercado previo, en la cual se determinó en base a la pregunta número 8, en la cual se preguntaba; si estarían o no interesados en invertir parte de su dinero en fondos de inversión o fideicomisos. A lo cual el 60% de los encuestados respondieron que si estuviesen interesados en los servicios que brinda el fideicomiso, debido a esto se determinó este resultado como la demanda insatisfecha.

Tabla 34*Mercado potencial del Norte de la ciudad de Quito*

SEXO	DE 18 AÑOS HASTA 65 AÑOS (66,20%)	EMPLEADOS PRIVADOS 48,2%
Hombre	332002	160025

Mujer	353997	170627
Total	686000	330652

Fuente: INEC, IESS

Elaborado por: El Autor

Tabla 35

Demanda potencial insatisfecha

MERCADO POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA SEGÚN LAS ENCUESTAS 60%
330652	198391

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El Autor

1.6 Diseño de Marca (Branding)

1.6.1 Nombre de la marca.

Fondo de Inversiones Villavicencio & Asociados (F.I.V.A)

1.6.2 Logotipo.

Ilustración 13

Logotipo



Fuente: Wix

Elaborado por: El Autor

1.6.3 Eslogan.

Su mejor opción.

1.6.4 Diferenciación.

El servicio de fideicomiso contará con cinco cualidades o puntos clave de

diferenciación con respecto a la competencia ya existente en el mercado, con lo cual se garantice que el servicio que brinde el Fideicomiso Villavicencio sea diferencial y aporte valor agregado al agrado y percepción de los clientes o adherentes para con el fondo de inversión.

- El fondo de inversión promete una rentabilidad máxima del 8,7% al año, pagada de manera mensualizada y reinvertida en el mismo fondo para que genere un interés sobre interés, lo cual favorece a que los ingresos por concepto de fondos invertidos se vayan aumentando de manera exponencial, en caso de no alcanzar la meta provista de ofrecer una tasa del 8,7% la empresa notificara por escrito a los adherentes de los cambios que la tasa pueda sufrir a lo largo del tiempo, además se crearán nuevos contratos para que estos decidan si desean seguir invirtiendo parte de sus ingresos en el fondo según el contrato previamente firmado, o retiren los fondos previamente invertidos.
- Los aportes se realizarán de manera mensual de forma automática, previa consentimiento, aprobación y acto firmado por el adherente al momento de decidir comenzar a aportar al fondo de inversiones.
- Existirán dos líneas de crédito, una para consumo general al 15,2 anual y la otra para todo lo relacionado a vivienda al 10% anual. Los adherentes podrán acceder a cualquiera de estas dos líneas crediticias con el único requisito de haber tenido mínimo tres aportes al fondo, o lo que es lo mismo, a partir del tercer mes de afiliados pueden solicitar préstamos en el fideicomiso.
- El dinero del fondo recirculará entre los mismos adherentes, es decir, los mismos adherentes pueden hacerse préstamos entre ellos a una tasa preferencial predefinida del 15,2%.
- Se ofrecerá de manera gratuita asesoramiento en temas de finanzas personales, finanzas familiares, cultura de ahorro, gastos y consumos programados.

1.7 Estrategias de Marketing

Para este tipo de negocios se optó por escoger a manera de estrategia de marketing el modelo denominado: Marketing Mix. Este tipo de marketing agrupa un conjunto de 4 principales focos de atención en los cuales se trata de poner todos los esfuerzos en conseguir alcanzar uno de ellos.

Según lo expuesto por Salvador, Jurado, Rodríguez, Revelo, & Haro (2017) en cuanto a la necesidad de un marketing bien dirigido, establecen que:

Los mercados no son homogéneos, sin embargo, comparten ciertas características similares, considerando que, cada uno de estos está integrado por numerosas empresas, entidades, personas, costumbres, organismos, etc., que son distintas las unas de las otras, acorde a la cultura, preferencias, moda, capacidad de compra, ubicación, entre otros factores distintivos. Ante lo cual, los esfuerzos del marketing mix deben orientarse adecuadamente, en función del tipo de mercado al que se dirige, para evitar gastos innecesarios, optimizar los recursos y alcanzar los resultados esperados y que el servicio llegue de manera óptima a potencial cliente.

Estos cuatro puntos principales se los denominan comúnmente con las cuatro P; precio, plaza, producto y promoción. Dichos parámetros son importantes ya que garantizan una seguridad razonable para que el servicio sea bien recibido en el mercado por los clientes.

1.7.1 Servicio.

Consiste en que los servicios que se planean ofrecer sean percibidos como únicos por los clientes, y que estos estén dispuestos a pagar un precio más alto. El éxito de una estrategia de diferenciación depende de que el producto debe ofrecer alguna ventaja comparativa al usuario y sea lo suficientemente persuasiva para que el usuario acepte invertir en dichos servicios. (Mondragon, 2017)

Es el bien o el servicio que se planea lanzar al mercado. En el caso del fideicomiso estará compuesto por una parte que será la captación de ahorros de los adcentes y la otra parte que será las líneas de créditos disponibles para cualquiera de los clientes o adherentes previa aportación mínima de tres meses.

Tabla 36

Estrategias del servicio

Estrategias del Servicio	
Objetivo:	Ofrecer un servicio de primera calidad, garantizando satisfacer las dudas e inquietudes que tengan los adherentes o clientes.
Políticas:	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar constantemente al personal del área fiduciaria en temas y subtemas adherentes al fideicomiso. • Mantener el buen trato con el cliente en todo momento. • En horas laborables no atender o hacer otra cosa que no sea dedicarse únicamente a su trabajo asignado.
Estrategias:	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con personal especializado en el área de fondos de

inversión o fideicomisos.

- Establecer un buzón de sugerencias.
- Realizar regularmente encuestas sobre satisfacción y percepción del cliente con respecto al servicio recibido y la empresa en general.

Acción: Contratar personal capacitado y con experiencia en el área fiduciaria.

Responsable: Recursos Humanos/Área Gerencial.

Elaborado por: El Auto

1.7.2 Precio.

Es el valor monetario expresado en dinero que recibirá el servicio o los servicios que se brinda, como expone Mondragón (2017), “el precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (pág. 44).

En el caso del fideicomiso el valor del servicio estará dado por el costo o cuotas mensuales que el adherente aportará al fondo de inversión, así mismo estará relacionado a las tasas de interés de las cada una de las diferentes líneas de créditos con las que cuenta el fideicomiso. Una vez descontadas las respectivas contribuciones que cobra el Banco Central y demás instituciones que precautelan las cuentas y fondos de los adherentes durante el giro normal del negocio.

Tabla 37

Estrategias del precio

Estrategias del Precio

Objetivo:	Mantener las tasas de rendimiento de los fondos y las tasas de los créditos al mejor precio del mercado por encima de la competencia.
Políticas:	<ul style="list-style-type: none">• Las tasas de rendimiento anuales no podrán ser menores al 8,7% anual, con pagos mensualizados del interés.• Las dos líneas de crédito para consumo general y de apalancamiento para vivienda, no podrán ser menor al 15,2% y al 10% respectivamente.• Contar con el mínimo necesario de Recurso humano.
Estrategias:	<ul style="list-style-type: none">• Atraer nuevos adherentes de manera constante mediante las campañas publicitarias y propaganda del fideicomiso.• Evaluar bien la condición económica del adherente previa a la

obtención de algún crédito por parte del fideicomiso.

- Mantener el personal necesario al mínimo, sin que esto repercuta en la calidad del servicio, con la intención de disminuir en gastos de operación y administrativos.

Acción: Mantener al día la oferta crediticia, así como las tasas para ahorros y para los créditos.

Responsable: Área Gerencial.

Elaborado por: El Auto

1.7.3 Plaza.

Dicho instrumento de mercadotecnia se enfoca en que el servicio en cuestión este siempre al alcance del futuro cliente, así como en la capacidad que el servicio tiene para ser aceptado por el consumidor final.

La plaza o comercialización comprende el proceso de introducir el negocio o el servicio en cuestión en el mercado hasta llegar al consumidor final y el lugar en donde estos podrán ser adquiridos, estos cubren áreas territoriales que favorezcan un mejor desempeño empresarial agilizando servicios, minimizando costos, diseñando canales estratégicos a fin de atender y controlar los servicios que requieren los usuarios. (Salvador, Jurado, Rodríguez, Revelo, & Haro, 2017)

Para dicha opción se pone a disposición la ubicación del fondo de inversión en un lugar adecuado acorde a sus necesidades de operación y a las necesidades y conveniencia de sus posibles clientes o adherentes.

Tabla 38

Estrategias de la plaza

Estrategias de la Plaza	
Objetivo:	Mantener la locación del fideicomiso en las cercanías del mercado potencial previamente establecido y mantener siempre los servicios ofertados por el fideicomiso en el radar de los potenciales clientes.
Políticas:	<ul style="list-style-type: none">• Explorar y aperturar posibles nuevos mercados.• Desarrollar planes de acción en caso de que la oferta se reduzca de manera agravante.
Estrategias:	<ul style="list-style-type: none">• Evaluar de manera permanente los distintos mercados potenciales y los potenciales clientes a los que se espera que el servicio llegue.

- Crear y aplicar planes de contingencias en caso de que las demandas del servicio en el mercado actual decaigan de manera significativa y amerite tomar acción para corregir dicha falencia.

Acción: Evaluar constantemente el mercado potencial actual y la conveniencia de expandirse a nuevos posibles mercados

Responsable: Área Gerencial

Elaborado por: El Autor

1.7.4 Promoción.

Este componente del Marketing Mix tiene como finalidad exponer las principales características y ventajas que ofrece el servicio frente a su competencia. De igual manera se asegura de persuadir a los posibles clientes o adherentes mediante el uso de campañas y técnicas publicitarias de toda índole.

Se entiende por publicidad toda forma de presentación y promoción impersonal de ideas o servicios. Es impersonal porque el vendedor no ve al cliente, por lo tanto, los negocios utilizan la publicidad para hacer llegar sus mensajes de ventas a numerosas personas a la vez. (Viñan, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018, pág. 28)

Tabla 39

Estrategias de la promoción

Estrategias de la Promoción	
Objetivo:	Incidir y persuadir a los potenciales clientes para conozcan y que accedan a los servicios y beneficios que ofrece el fideicomiso a sus adherentes.
Políticas:	<ul style="list-style-type: none"> • Crear campañas publicitarias que lleguen a nuevos potenciales clientes. • Realizar ofertas y promociones por temporadas. • Tener incidencia y presencia en medios tradicionales y digitales.
Estrategias:	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzar de manera recurrente campañas publicitarias que den a conocer los servicio que ofrece el fideicomiso, así como sus principales características y motivos para formar parte del fondo de inversiones. • Crear promociones acordes a ciertas temporadas o meses específicos, en donde los clientes estén más predispuestos a

aportar parte de sus ingresos en el fideicomiso.

- Promocionar el fideicomiso mediante, folletos, tarjetas de presentación, anuncios en la prensa, vallas publicitarias en lugares estratégicos de la ciudad, tener presencia en redes sociales y una página web operativa para que los clientes sientan seguridad y confianza en la entidad.

Acción: Invertir en la realización de campañas publicitarias en medio físicos y digitales

Responsable: Área de Marketing

Elaborado por: El Autor

1.8 Publicidad que se Realizará

1.8.1 Offline.

1.8.1.1 Folletos o volantes.

Se realizará la entrega y dispersión de folletos y volantes en donde se enfatizará las ventajas de invertir en el fondo, y las principales diferencias beneficiosas que el fideicomiso ofrece frente a la competencia. Dicha propaganda se realizará de manera permanente sobre todo los primeros meses de operación, en las cercanías y en las entradas de las empresas privadas y públicas con un número aceptable de servidores, de los cuales se espera captar a los futuros adherentes del fideicomiso.

1.8.1.2 Tarjetas de presentación.

Se elaborarán tarjetas de presentación del fideicomiso de manera permanente, en donde se detallará el nombre del fideicomiso, su eslogan, su dirección, número de contacto, estas tarjetas estarán diseñadas de una manera minimalista y elegantes en donde destaquen los datos dentro de ellas y sus colores o patrones representen al fideicomiso. Las tarjetas serán entregadas a manera de presentación a cada potencial cliente que se acerque al fideicomiso en busca de información o por cualquier otra razón.

1.8.1.3 Malla publicitaria.

Se negociará la contratación de un banner publicitario en algún punto estratégico de la ciudad con una agencia publicitaria, en donde haya un gran flujo de transeúntes. Dicho banner publicitario destacará las tasas crediticias y la tasa de inversión mensualizada.

1.8.2 Online.

1.8.2.1 Página web.

El fideicomiso contará con una página web en la cual se contratará una empresa que ofrezca el servicio de mantenimiento y soporte de la misma. La persona encargada del marketing estará al pendiente de ir actualizando el sitio con regularidad sobre las ofertas de créditos y tasas de intereses a pagos mensualizados con las que el fondo de inversión trabaja.

Las páginas o aplicaciones web son herramientas que permiten realizar operaciones y consultas de información desde cualquier dispositivo a través de la utilización del Internet logrando que se reduzca el tiempo empleado en la búsqueda de información. Este es uno de los aspectos positivos que ha permitido la aceptación y usabilidad de este tipo de software y plataformas por parte de los usuarios. (Molina, Zea, Contento, & García, 2017)

La página también contará con un simulador tarifario para que las personas puedan cotizar en tiempo real el rendimiento que generaría sus inversiones, así como también las cuotas a pagarse y la tasa de interés con la que se manejarían cada una de las dos líneas de créditos con las que trabaja el fideicomiso.

1.8.2.2 Redes sociales.

En la actualidad se vuelve imprescindible contar con presencia en las redes sociales, ya que hoy por hoy, las redes sociales son las plataformas que más comercio mueven en el país y en el mundo, además que es el canal por el cual se puede llegar al mayor número de potenciales clientes.

“Las redes sociales juegan un papel fundamental para dar a conocer las empresas a través de la publicidad sus servicios en páginas web, ya que la vida acelerada de las personas conlleva a simplificar las búsquedas y optimizar el tiempo” (Salvador, Jurado, Rodríguez, Revelo, & Haro, 2017, págs. 39-40).

La empresa contará con presencia en las principales plataformas sociales, como son: Facebook, Instagram y Twitter. En las cuales se replegará de manera constante diversas campañas publicitarias tanto visuales como audiovisuales para promocionar el fideicomiso y posicionarlo dentro de la esfera social.

1.8.2.3 Banners digitales.

El fideicomiso pactará la contratación de anuncios en la internet mediante el soporte de Google Ads, el cual permita que los banners publicitarios sean sugeridos a

potenciales clientes mientras estos navegan en internet o en redes sociales.

1.8.3 Cronograma publicitario.

Tabla 40

Cronograma publicitario.

Medios	Tipo de Publicidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem	Octubr	Noviem	Diciem	
Papelería Interna	Folletos o volantes	■												
Papelería Interna	Tarjetas de presentación	■												
Entorno	Valla publicitaria				■									
Internet	Página Web			■										
Internet	Redes Sociales	■												
Internet	Banners Digitales				■									

Elaborado por: El Autor

1.8.4 Presupuestos.

1.8.4.1 Publicidad de papelería interna.

Tabla 41

Presupuesta publicidad de papelería interna.

Detalle	Unidad	Cantidad	Meses	Costo Unitario	Costo Total
Elaboración y pliegue de folletos o volantes a color de ambos lados	Unidad	300	12	\$ 0.23	\$ 828.00
Total		300	12	\$ 0.23	\$ 828.00

Elaborado por: El Autor

1.8.4.2 Publicidad de papelería externa.

Tabla 42

Presupuesto publicidad de papelería externa.

Detalle	Unidad	Cantidad	Meses	Costo Unitario	Costo Total
Elaboración y corte de tarjetas de presentación a color en papel de hilo	Unidad	200	12	\$ 0.32	\$ 768.00
Total		200	12	\$ 0.32	\$ 768.00

Elaborado por: El Autor

1.8.4.3 Publicidad del entorno.

Tabla 43

Presupuesto publicidad del entorno.

Detalle	Unidad	Cantidad	Meses	Costo Unitario	Costo Total
Contratación de un banner publicitario a cargo de la empresa Publitrans de 5m de ancho por 3m de alto en algún punto concurrido del norte de la ciudad	Contrato	1	12	\$225.00	\$ 1,350.00
Total		1	12	\$225.00	\$ 1,350.00

Elaborado por: El Autor

1.8.4.4 Publicidad en Internet.

Tabla 44

Presupuesto de publicidad en internet.

Detalle	Unidad	Cantidad	Meses	Costo Unitario	Costo Total
Creación, mantenimiento y soporte del sitio web	Contrato	1	12	\$ 191,67	\$ 2,300.00
Creación y actualización permanente de las cuentas oficiales en redes sociales del fideicomiso	Contrato	1	12	\$ 150,00	\$ 1,800.00
Contratación de banners publicitarios de la empresa Google Ads	Contrato	1	12	\$ 100,00	\$ 1,000.00
Total		3	12	\$ 441.67	\$ 5,100.00

Elaborado por: El Autor

1.8.4.5 Presupuesto Marketing

Tabla 45

Presupuesto Marketing

Concepto	Unidad	Cantidad	Meses	Costo Unitario	Costo Total
Tarjetas de presentación	Unidad	200	12	\$ 0.32	\$ 768.00
Volantes	Unidad	300	12	\$ 0.23	\$ 828.00
Pancarta o cartel publicitario	Contrato	1	12	\$225.00	\$ 1,350.00
Banners publicitarios de físico e internet y redes sociales	Contrato	3	12	\$ 441.67	\$ 5,100.00
Total					\$8,046.00

Elaborado por: El Autor

1.9 Seguimiento de Clientes

La importancia de que el cliente o adherente quede completamente satisfecho con el servicio y atención que se le ha realizado, es una de las cosas más importante en cualquier empresa que ofrece algún tipo de servicio.

“La medición de la calidad en el mercado (fuera de las instalaciones de la organización) a menudo es subjetiva ya que la evaluación se da en términos de una satisfacción y un punto de vista individual del cliente” (Baca, 2017, pág. 139)

Dicho esto, siempre es algo positivo para la empresa conocer las opiniones y sugerencias que el adherente tiene para que el servicio siempre sea mejor y esté en un cambio constante con el fin de mejorar siempre la experiencia del cliente. De manera ocasional se le hará una pequeña encuesta de evaluación y apreciación del servicio, en donde destacarán los servicios que la empresa ofrece, la calidad de la atención del personal, la calidad del servicio en general ya sea su rendimiento por inversión, o las diferentes líneas de crédito con las que cuenta el fideicomiso.

Lo que se pretende con este seguimiento a cliente es que el servicio siempre vaya mejorando, que los usuarios tengan siempre una imagen favorable del fideicomiso, además, de que los adherentes sientan que sus comentarios o sugerencias son importantes para la empresa y siempre son tomadas en cuenta.

A continuación, se presenta el formato general que tendrá el cuestionario o cartilla de seguimiento a clientes:

Tabla 46

Cuestionario de Seguimiento a Clientes

Cuestionario de Seguimiento a Clientes					
Fecha:	Día	Mes	Año		
	()	()	()		
Tipo de servicio:	Fondos de ahorro	Línea de Crédito para Consumo	Línea de Crédito para Vivienda		
	()	()	()		
Preguntas	Excelente	Buena	Regular	Mala	
Trato y amabilidad del personal de seguridad	()	()	()	()	
Trato y amabilidad del resto del personal	()	()	()	()	
Atención y respuesta vía internet	()	()	()	()	
Atención y respuesta vía telefónica	()	()	()	()	
Calidad del servicio brindado	()	()	()	()	
Agilidad y rapidez en el servicio	()	()	()	()	

¿Qué aspectos cree que deberíamos mejorar en el servicio?

¿Qué aspectos cree que deberíamos mejorar en la empresa?

Agradecemos la atención y tiempo concedido, las sugerencias y comentarios serán tomados en cuenta

Elaborado por: El Autor

1.10 Especificar Mercados Alternativos

Si el mercado potencial llega a fallar debido a que si bien el estudio de mercado, de factibilidad y financiero nunca llegan a ser 100% precisos, ya que únicamente se hace todo lo posible porque los datos propuestos y proyectados sean lo más cercano a la realidad, no siempre sucede y a veces el proyecto propuesto fracasa.

Debido a esto es importante tener mercados alternativos, como puede ser el negocio de compra de carteras vencidas o de cuentas por cobrar en mora, debido a que la ciudad de Quito posee un gran número de entidades financieras, cooperativas y demás agencias crediticias, las cuales ofrecen la venta de sus carteras vencidas ante el riesgo de no poder cobrarlas en su totalidad.

Es aquí donde entra la empresa o despacho de cobranza para hacerse con los títulos de deuda de dichas carteras vencidas, las cuales son ofertadas por los bancos, cooperativas o agencias financieras a un precio mucho menor que el total de la deuda, de esa manera la empresa encargada de la cobranza genera ganancias al comprar las carteras a un precio más bajo del que en realidad terminara cobrando cuando se cancele la deuda en su totalidad.

CAPÍTULO II

2 Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

Elaborar un esquema de los procesos mediante los cuales el fideicomiso genera sus ingresos, así como determinar la oferta futura en base al análisis de la capacidad instalada, equipos y recurso humano disponible.

2.2 Descripción del Proceso

2.2.1 Descripción de proceso de los servicios.

El proceso de los servicios es un procedimiento técnico, metodológico y organizado que realiza el fideicomiso en el proyecto para brindar los servicios a partir de su personal, y se identifica como la cronología de una serie de procesos para convertirla en información útil y servicios de calidad hacia el adherente o cliente. (Baca, 2017)

El fideicomiso cuenta con dos modelos de servicios diferentes para generar sus ingresos. El primero es la captación de ahorros programados de sus adherentes a una tasa efectiva anual del 8,70% pero mensualizada a manera de interés compuesto, previo convenio de adición y débito automático de la cuenta de ahorros de los clientes.

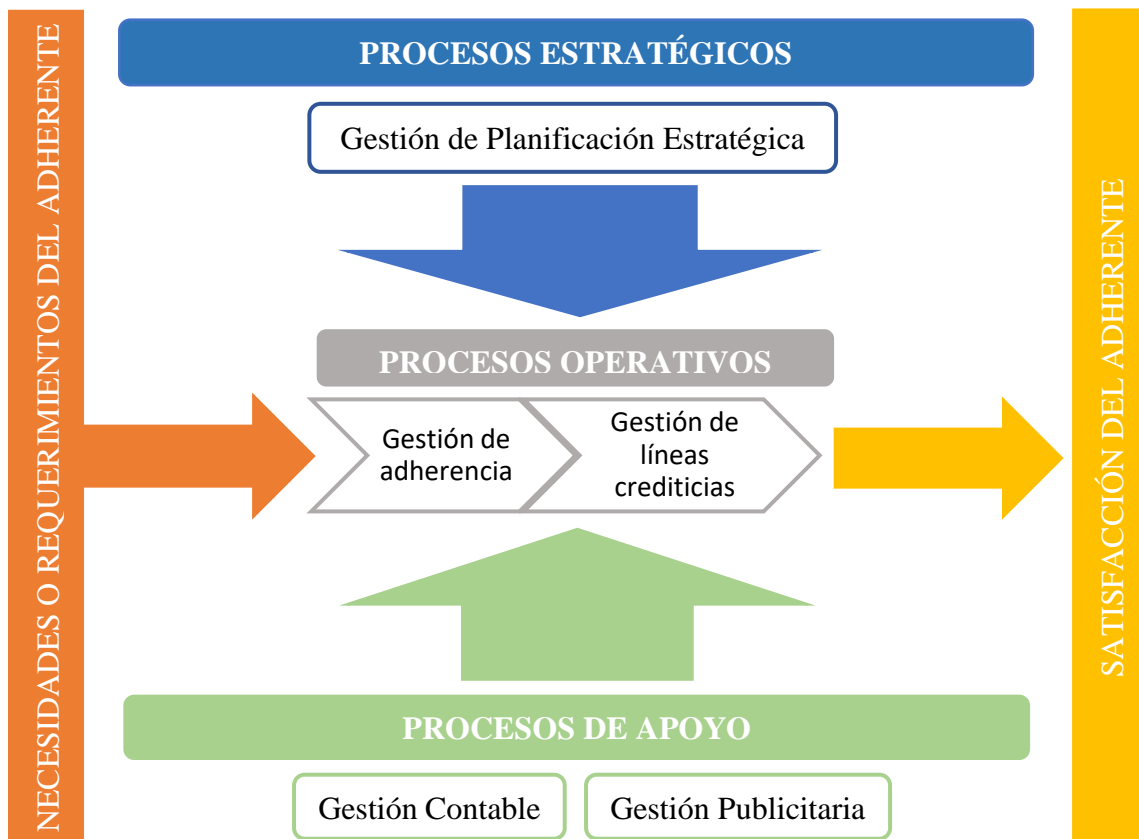
El segundo canal mediante el cual el fondo de inversiones genera ingresos es mediante sus dos líneas de crédito con las que cuenta para sus adherentes o afiliados. La primera línea de crédito es para consumo general, la cual se la realiza a una tasa efectiva del 15,2% anual. La otra línea crediticia con la que cuenta el fideicomiso es de apalancamiento para vivienda, la cual presenta una tasa anual del 10%.

Todos los adherentes o afiliados al fondo de inversiones pueden solicitar cualquiera de las dos líneas de crédito antes mencionadas, con la única condición de que tenga por lo menos 3 aportaciones seguidas, o lo que es lo mismo, pueden acceder a estas líneas crediticias a partir del tercer mes de adición.

2.2.2 Mapa de Procesos.

Figura 2

Mapa de procesos



Elaborado por: El Autor

2.2.2.1 Flujograma de procesos.

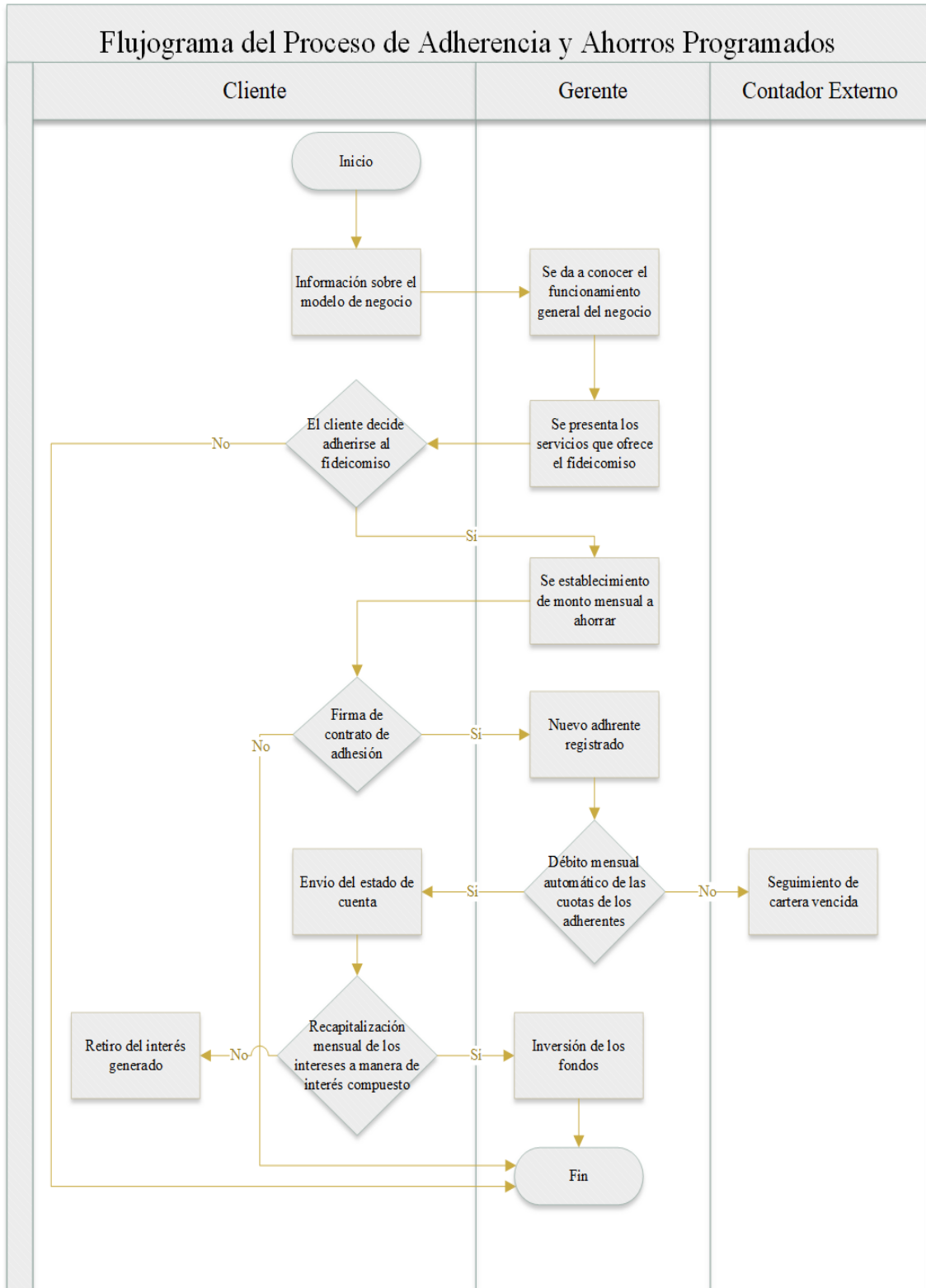
La primera representación esquemática de la empresa se la realiza mediante un diagrama de bloques de procesos, como lo describe Baca (2017):

Es el método más sencillo para representar un proceso. Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre la materia prima se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo. (pág. 113)

2.2.2.1.1 Flujograma del proceso de adherencia y ahorros programados.

Figura 3

Flujograma del proceso de adherencia y ahorros programados.



Elaborado por: El Autor

Descripción de los procesos

Proceso 1:

Se procede a realizar la socialización de los servicios y tasas del fideicomiso, así como una explicación de cómo funciona el modelo de negocio del fondo de inversiones, todo esto para que el adherente sienta seguridad en el fideicomiso y que sus obligaciones le queden bien claras.

Proceso 2:

Una vez que el adherente y futuro cliente entiende y comprende todas las condiciones con las que trabaja el fideicomiso y las prestaciones que este otorga a sus usuarios, se procede a acordar el monto de aportación mensual en base a los ingresos que este perciba en su lugar de trabajo.

Proceso 3:

Una vez ya socializado todos los aspectos del fideicomiso, se procede a la firma del contrato de adición, en donde el adherente autoriza el débito automático ya sea de una cuenta de ahorros o de su rol de pagos el débito automático por la cantidad pactada como ahorro cada vez y establecida en el contrato que se está por firmar.

Proceso 4:

Se procede al débito automático de las cuotas mensuales o cupones que el cliente previamente habría fijado en el contrato de adición. De tener saldo disponible en la cuenta especificada se debitará de manera automática el monto mensual cada mes, de no disponer de fondos en la cuenta ni de tener roles de pagos generados, el cliente pasará a la sección de seguimiento de cartera vencida en donde se le llamará y programará una entrevista presencial para arreglar las nuevas formas y métodos de los pagos de haberes que tenga pendientes con el fideicomiso.

Proceso 5:

El fideicomiso enviará de manera mensual un estado de cuenta, en el cual se indique el número total de aportaciones y el monto de cada una de las aportaciones que se han hecho hasta la fecha de corte que indique el estado de cuenta, esto se lo realiza de manera informativa para que los adherentes sepan cómo van sus aportaciones y los intereses que estas van generando.

Proceso 6:

Se procede a la recapitalización de los intereses generados cada mes para que estos sean reinvertidos mes a mes a manera de interés compuestos, para que de esta manera se genere la mayor rentabilidad posible para los ahorros de los adherentes a lo largo del

tiempo.

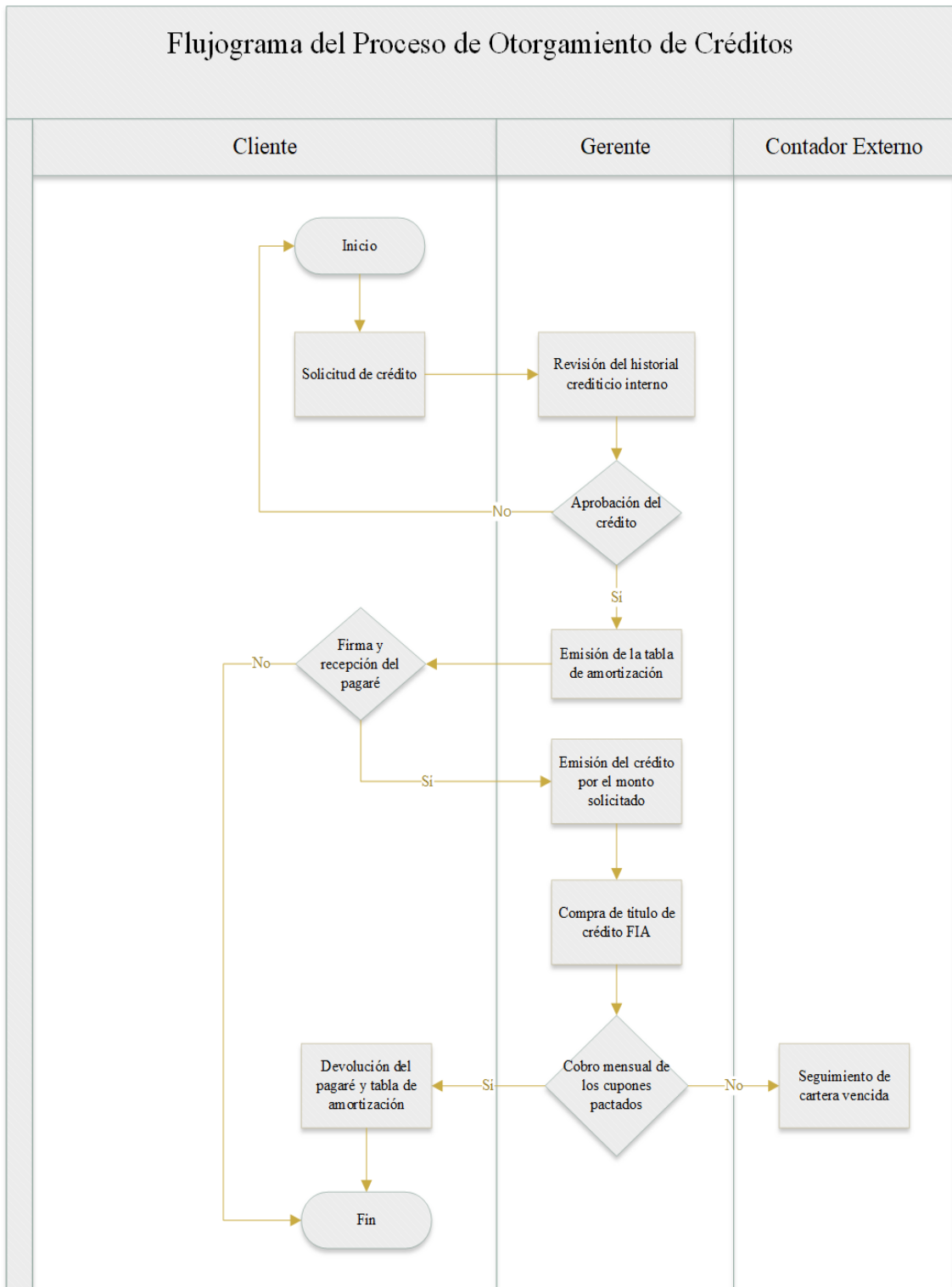
Proceso 7:

Se realiza la inversión de los fondos mediante la compra de títulos de valor los cuales posteriormente serán cambiados o utilizados para emitir líneas de crédito mediante un intermediario debido a que el fideicomiso legalmente no puede realizar transacciones financieras de ese tipo.

2.2.2.1.2 *Flujograma del proceso de otorgamiento de créditos.*

Figura 4

Flujograma del proceso de otorgamiento de créditos



Elaborado por: El Autor

Descripción de los procesos

Proceso 1:

Comienza con la solicitud de crédito por parte del adherente, el mismo que tendrá dos opciones de líneas crediticias por las que podrá optar, la primera es para consumos generales a una tasa del 15,2% anual y la segunda sería un crédito de apalancamiento para vivienda a una tasa del 10% anual

Proceso 2:

Se procede a la revisión del historial crediticio del adherente que solicitó el crédito, esta revisión se la hace únicamente de manera interna en el fideicomiso. En ella se evaluará el número de aportaciones, así como su nivel de ingresos y si ha tenido o no anteriores créditos con el fideicomiso y su calidad para saldar dicha deuda de haberla tenido. De no ser apto para recibir el monto solicitado el adherente puede volver a solicitar el crédito por una cantidad menor a fin de poder acceder al crédito

Proceso 3:

De cumplir con todas las condiciones y luego de la revisión del historial crediticio, al adherente se le puede aprobar el crédito por el monto previamente solicitado

Proceso 4:

Una vez aprobado el crédito, se le presenta la tabla de amortizaciones al cliente, en donde se estipulará y dejará en ver el tiempo de duración del crédito, así como la cantidad de pagos mensuales que este deberá de realizar, así como el monto amortizable y el interés generado en cada una de las cuotas.

Proceso 5:

Una vez que el adherente esté conforme con las condiciones bajo las cuales se le otorgará el crédito, se procede a la firma del documento crediticio en donde quedará consolidado y aceptada la deuda que el usuario se compromete en cubrir. Adicionalmente se realiza la firma y recepción del pagaré por parte del cliente, esta es su garantía y respaldo con el cual hace frente a la deuda que acaba de adquirir.

Proceso 6:

En este punto se procede a transferir la cantidad solicitada a la cuenta del cliente que previamente haya registrado, esta transferencia se la realiza mediante una intermediaria que será la encargada de realizar los trámites financieros para que el crédito sea válido bajo la figura de créditos financiero.

Proceso 7:

El fideicomiso compra el título de crédito que otorgó la empresa externa al cliente

que solicitó el crédito en el fideicomiso, esta compra se la realiza al mismo precio de su valor original dando así la propiedad y titularidad del título crediticio al fideicomiso.

Proceso 8:

El fideicomiso cobrará de manera mensual las cuotas previamente establecidas en la tabla de amortización, estos cobros se los realizará mediante la figura de cupones, debido a que el fideicomiso como tal no puede realizar transacciones de índole financieras por lo cual se modifica el concepto de los pagos, pero la deuda en si tiene el mismo valor que en cualquier institución financiera. De atrasarse con el pago de los cupones o cuotas el cliente será pasado a la sección de seguimiento de cartera vencida en donde se le solicitará su presencia para establecer la refinanciación de la deuda y los nuevos pagos a hacerse a fin de cumplir con sus obligaciones previamente adquiridas.

Proceso 9:

Al finalizar de cubrir cada una de las cuotas por el tiempo que se estableció para el crédito solicitado, el fideicomiso devuelve el pagaré que el cliente firmó a manera de garantía y se le entrega adicionalmente una tabla de amortización donde consta cada una de las cuotas que el adherente canceló a lo largo del tiempo hasta cubrir la totalidad del crédito.

2.2.3 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

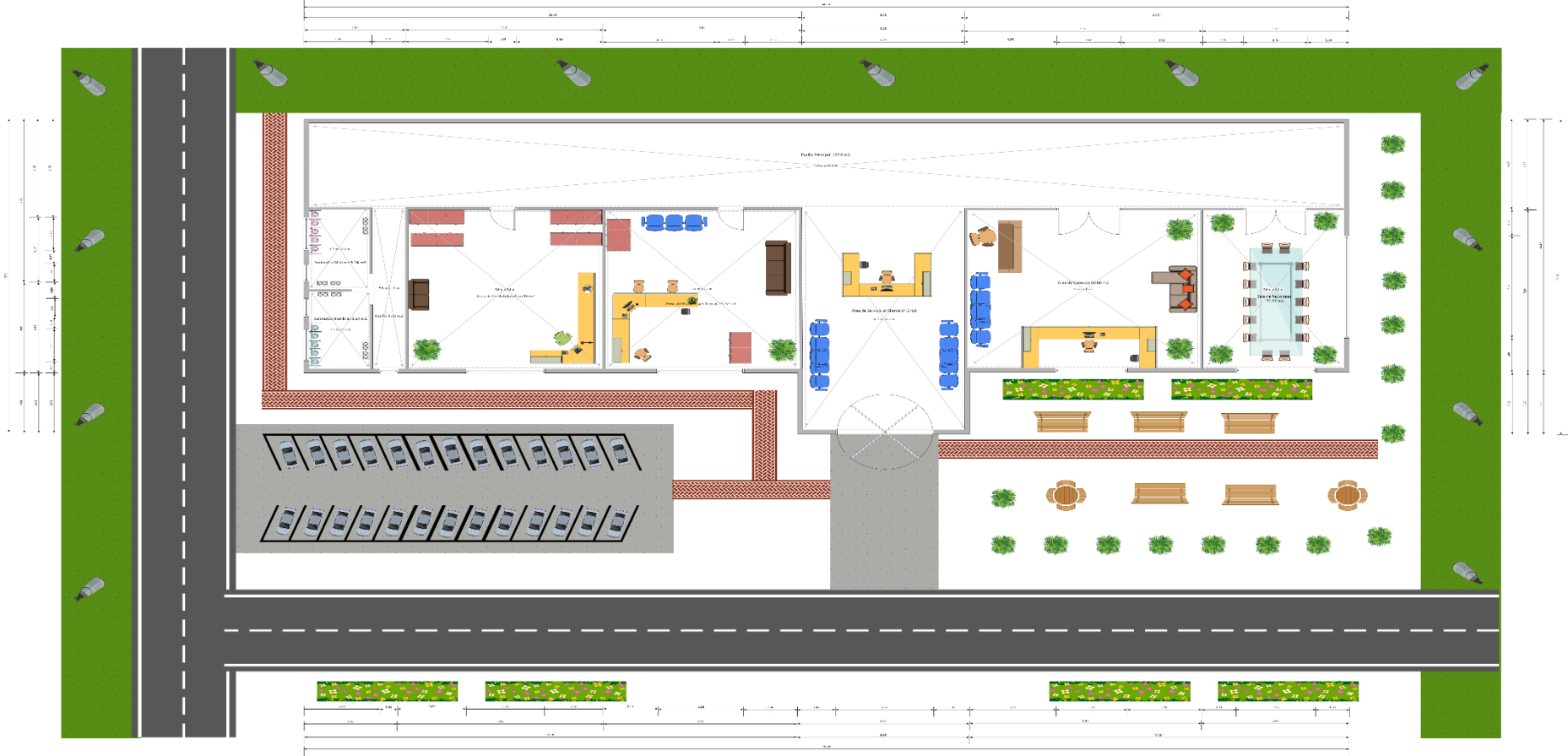
2.2.3.1 Instalaciones.

Las instalaciones fueron establecidas en funciona a la necesidad del personal de cada una de las áreas de la empresa y con miras a su futra expansión, así como teniendo en cuenta el espacio suficiente para los muebles de oficina y el tipo de actividad que desarrollará cada personal dentro de su espacio de trabajo.

A continuación, se presenta el plano general de la empresa compuesto por cada una de sus áreas y secciones principales:

Ilustración 14

Plano general de la empresa



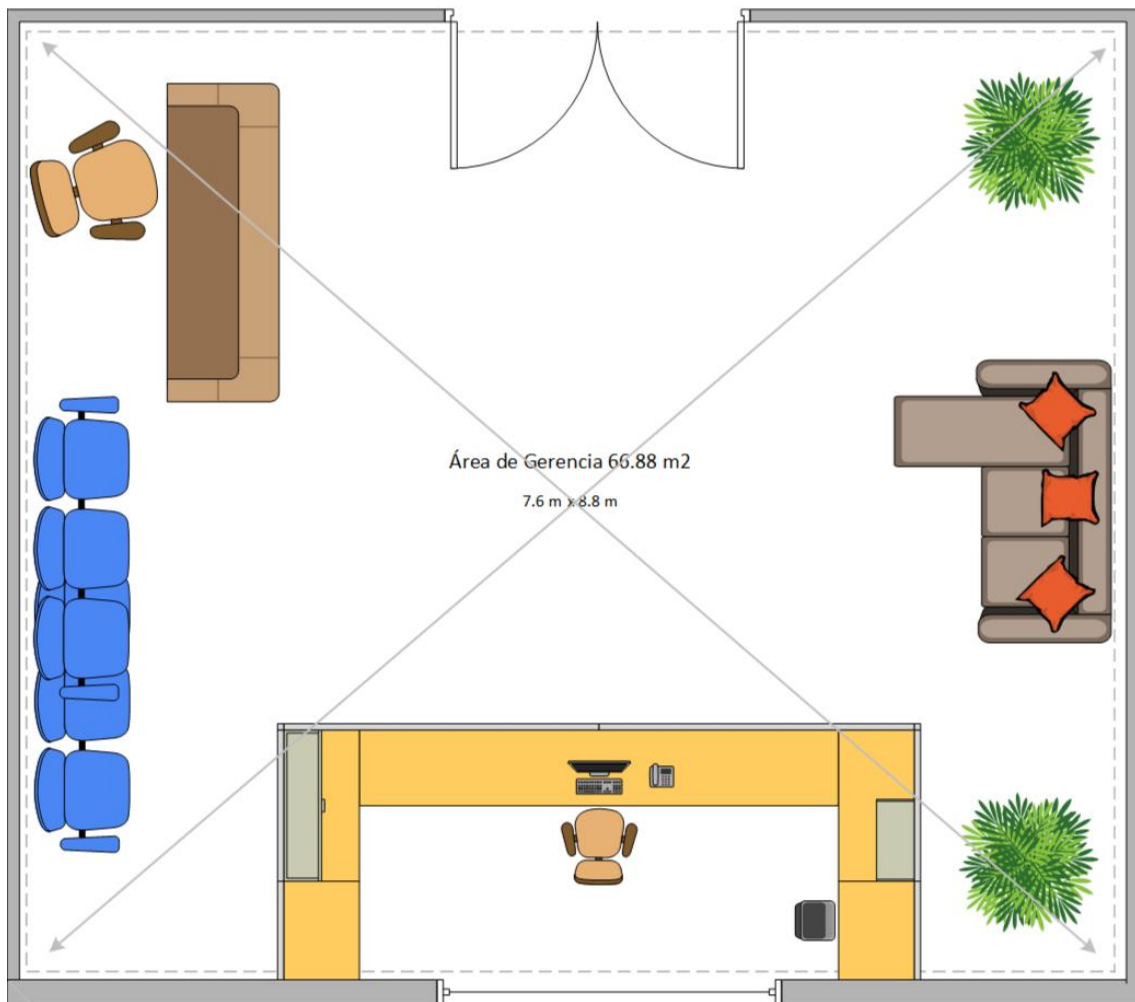
Elaborado por: El Autor

2.2.3.1.1 Área de Gerencia.

La oficina del Gerente General contará con escritorios, sillas, sofá y archiveros flotantes con un espacio de 66,88 m² para mayor comodidad del Gerente y en espera de ofrecer atención a personas dentro de su oficina.

Ilustración 15

Plano del área de Gerencia



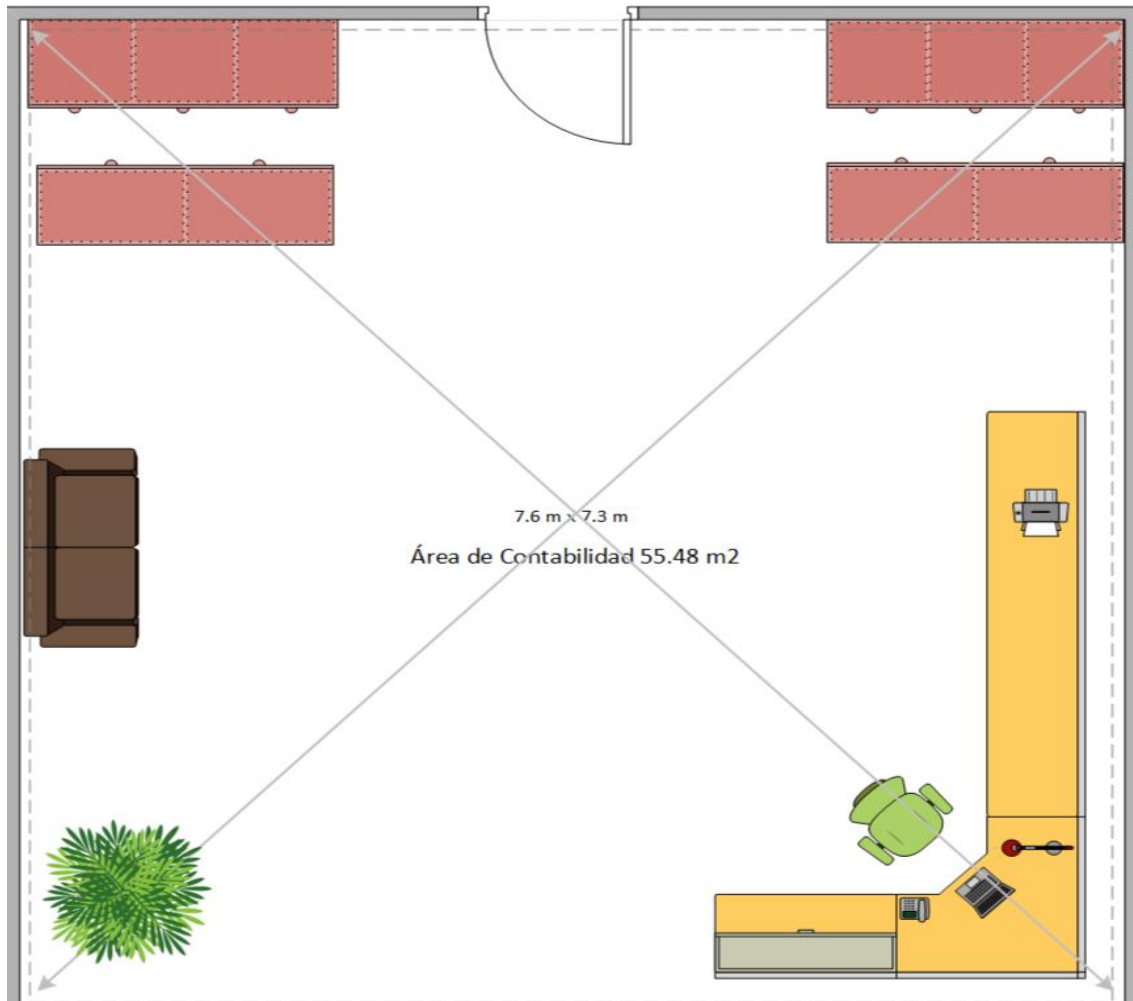
Elaborado por: EL Autor

2.2.3.1.2 Área de Contabilidad

En esta área el Contador podrá desempeñar sus funciones contables, está equipada con varios archiveros verticales, un escritorio, un sofá y plantas como decoración, se ha establecido que el espacio necesario es de 55,48 m² puesto que en esta área se almacenará de forma permanente multitud de documentos y soportes físicos.

Ilustración 16

Plano del Área de Contabilidad



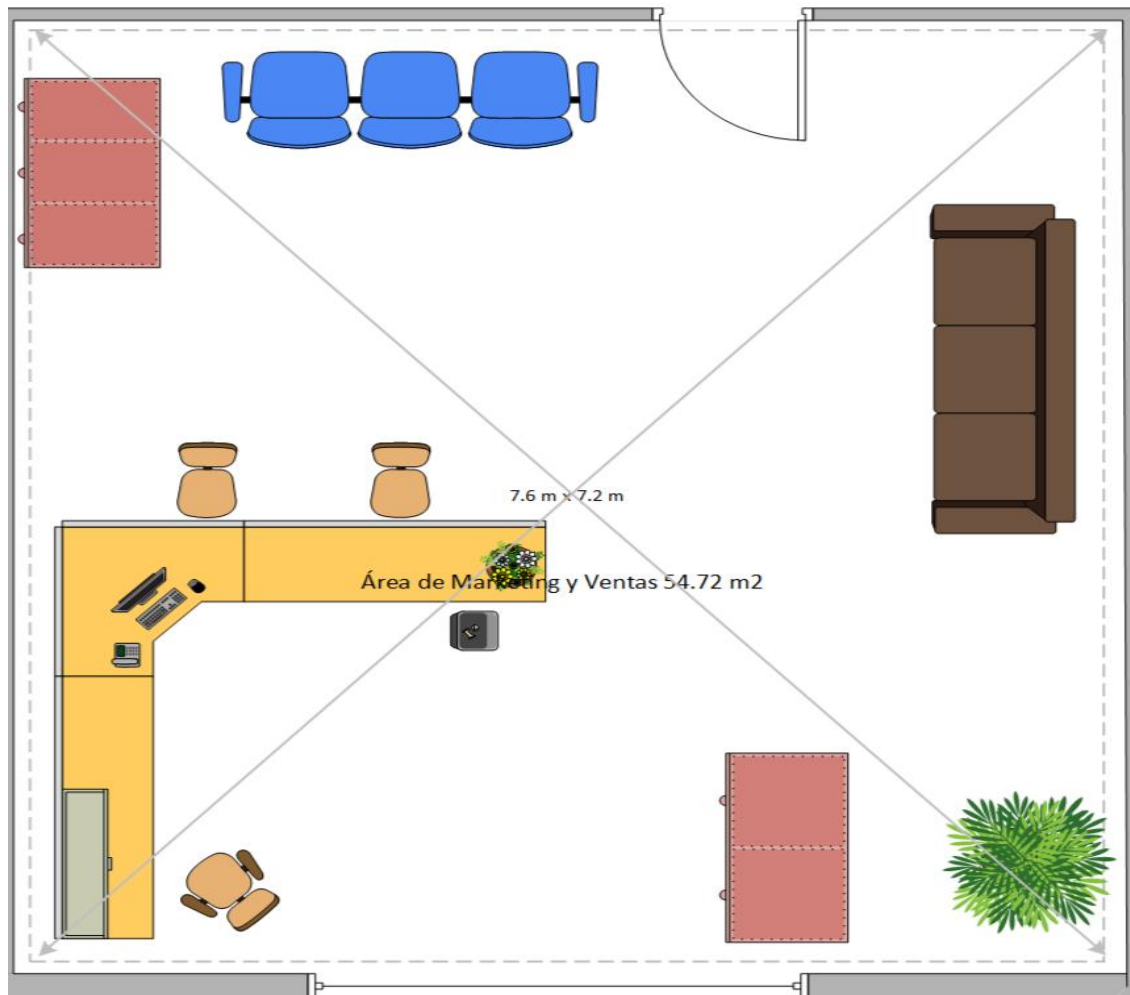
Elaborado por: El Autor

2.2.3.1.3 Área de Marketing

En esta área se realizará todo lo concerniente a los planes publicitarios y estrategias de promoción de la empresa, cuenta con mesas de dibujo, un escritorio, un sofá y archiveros, todo esto en un total de 54,72 m² tamaño suficiente para que el personal de Marketing diseñe y estructure publicidad digital y física.

Ilustración 17

Plano del área de Marketing



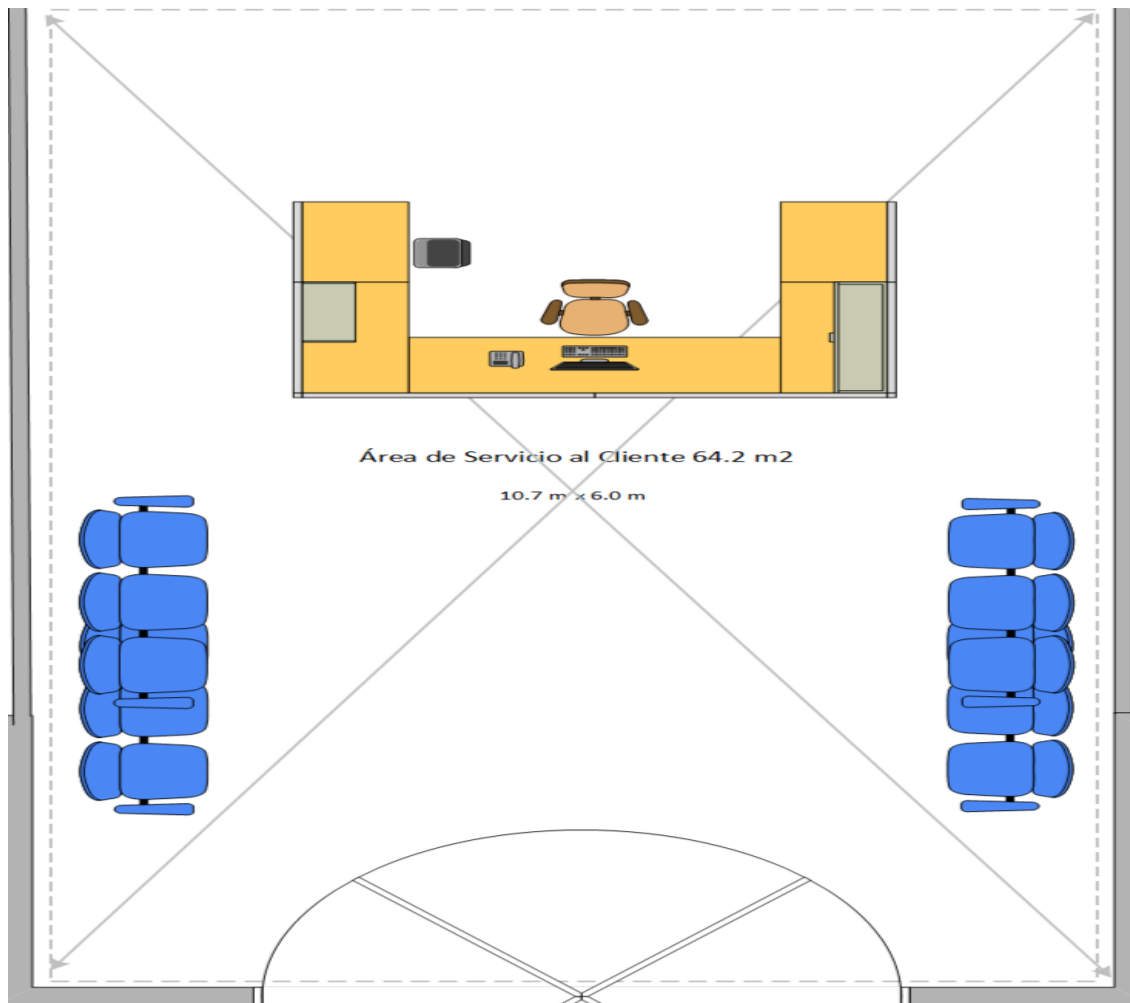
Elaborado por: El Autor

2.2.3.1.4 Área de Atención al cliente

Área encargada de atender las dudas, solicitudes y reclamos de los clientes, así como brindar información de guía y general sobre el negocio, contará con un escritorio y muebles de oficina, además de contar con sillas a sus costados para la espera de los clientes, se determinó un espacio de 64,2 m² ya que se espera un flujo moderado de clientes que pasan por esa área del negocio.

Ilustración 18

Plano del área de atención al cliente



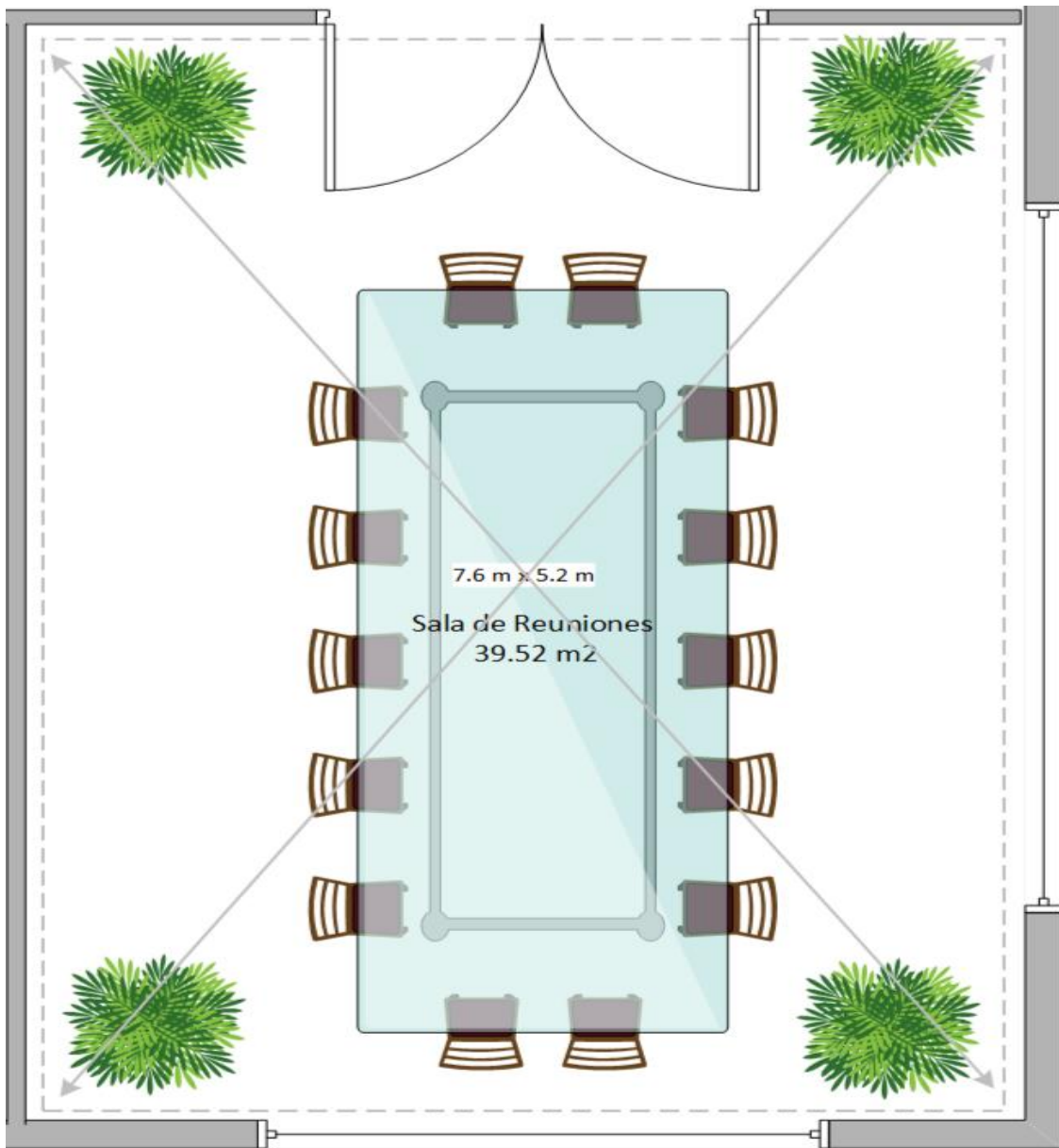
Elaborado por: El Autor

2.2.3.1.5 Sala de reuniones.

Área destinada para celebrar las juntas mensuales con los socios y demás personal involucrado, sala destinada para las reuniones del personal que tienen que informar de manera regular el cumplimiento de sus funciones y el estado general de la empresa al Gerente, con un espacio de 39,52 m² para que un máximo de 12 a 14 personas esté ahí sin mayores problemas.

Ilustración 19

Plano de la sala de reuniones



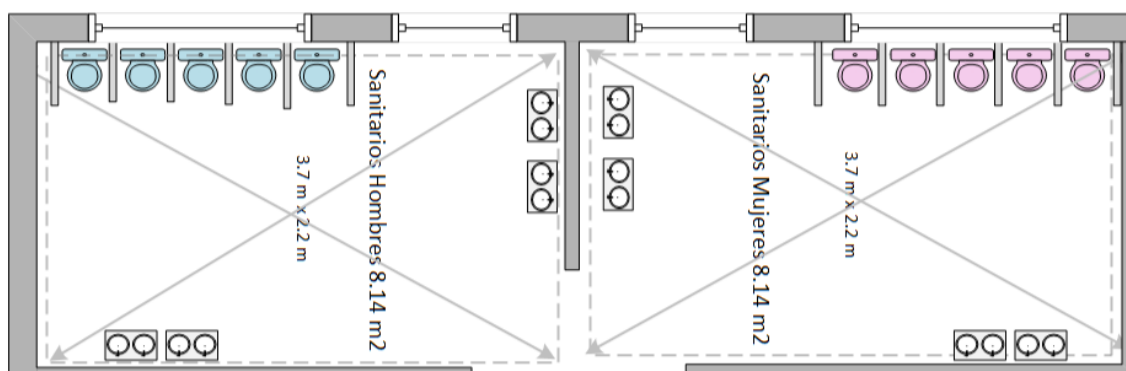
Elaborado por: El Autor

2.2.3.1.6 Sanitarios

Los sanitarios están destinados a cubrir las necesidades biológicas y de aseo del personal que labora dentro de la empresa, está dividido entre hombres y mujeres con una medida de 8,14 m² tanto para hombres como para mujeres respectivamente, en total son 16,28 m².

Ilustración 20

Plano de los sanitarios



Elaborado por: El Autor

2.2.3.1.7 Tamaño total de la empresa.

A continuación, se procede a sumar los m² correspondiente a cada área y sección de la empresa para establecer los m² de oficina que se necesitan alquilar para poner en marcha el proyecto de inversión.

Tabla 47

Tamaño total de la empresa

Área	m ²
Área de Gerencia	66,88
Área de Contabilidad	55,48
Área de Marketing	54,72
Área de Atención al Cliente	64,20
Sala de Reuniones	39,52
Sanitarios	16,28
Total	297,08

Elaborado por: El Autor

2.2.3.2 Equipos.

Al ser la empresa una compañía que presta servicio en vez de vender o fabricar algún servicio, esta no cuenta con maquinarias propias para la producción o elaboración de artículos. Las maquinarias con las que cuenta son más que nada de tipo administrativo necesarias para atender los requerimientos propios normales de un fideicomiso y atención al cliente.

A continuación, se presentan los equipos necesarios para las operaciones diarias del fideicomiso en base al espacio establecido para cada área en el plano:

Tabla 48*Descripción de Equipos.*

Actividad (etapa de producción)	Cantidad	Equipo	Características	Tamaño Físico
	4	Computador de escritorio	<ul style="list-style-type: none"> • Marca: Dell • Modelo: Inspiron 15 5593 • Procesador: Intel Core i7 1065-G7 10a. Gen (4 núcleos 6MB Cache, 3.90MHz) • Disco Duro: 1TB sata SSD 455Mbs • Memoria RAM: de 8GB DDR4 2666MHz • Pantalla: de 15,6 FHD Anti-reflejo de 1920 x 1080 pxls • 2 Puertos: USB 3.1 Gen 1 • 1 Puerto: USB 3.1 Gen 1 Tipo C • 1 entrada: auriculares micrófono • 1 puerto: HDMI 1.4b • 1 Lector de tarjetas SD • Incluye programas de Microsoft Office. 	<ul style="list-style-type: none"> • Monitor: 26,2cm de alto x 46,5cm de ancho • CPU: 55cm de alto x 20cm de ancho x 50cm de profundidad
	4	Teclado	<ul style="list-style-type: none"> • Marca: Dell • Modelo: Keyboard 4 Cherry MX Brown • Tipo de interruptor: Mecánico • Fuerza de actuación: 45 g • Teclas multimedia dedicadas: Sí • Tipo de conexión; Cableado • Conexión del sistema: USB tipo A • Puertos USB: 2 x USB tipo A (USB 3.0 / 3.1 Gen 1) 	<ul style="list-style-type: none"> • 6,8cm de alto x 18cm de ancho x 0,8cm de grosor
	4	Mouse	<ul style="list-style-type: none"> • Marca: Genius • Modelo: DX-100 • Tecnología de conectividad: Alámbrico 	<ul style="list-style-type: none"> • 3,5cm de alto x 6,2cm de ancho x 1,1cm de profundidad

1	Impresora Laser	<ul style="list-style-type: none"> • Fuente de energía: Cable • Cantidad de botones: 3 • Tecnología de detección de movimientos: Óptico • Interfaz del dispositivo: USB tipo A • Tipo de desplazamiento: Rueda • Resolución de movimiento: 1200 DPI • Peso: 86 g • Marca: HP • Modelo: Laser 178NW WIFI • Función: Impresión, copia, escáner • Memoria / procesador 128 MB/800 MHz • Panel de control: LCD de 2 líneas y teclado numérico • Impresión móvil: HP Smart, Google Cloud Print • Conectividad: USB 2.0 de alta velocidad • Conexión inalámbrica: Wi-Fi Direct, Ethernet • Volumen de páginas: 500 páginas • Velocidad de impresión: 18 (negro)/4 (color) ppm • Marca: HP 	8,98cm de alto x 7,98cm de ancho x 6,97cm de profundidad
2	Impresoras de tinta continua	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo: Officejet pro 9020 • Tipo de impresión: Tinta continua • Funciones: Copia, imprime, Escanea, Fax • Conectividad: Wifi, Nfc, Wifi Direct, Ethernet • 2 bandejas de entrada: Inferior hasta 250 Hojas cada una • Bandeja de salida: hasta 100 hojas • Tamaños de papel: A4, A5, A6, Fotográfico, Sobre • Velocidad Impresión: 39 Páginas a b/n y a color por minuto 	26,8cm de alto x 60cm de ancho x 32cm de profundidad

Elaborado por: El Autor

2.2.4 Tecnología para aplicar.

El fondo de inversiones contará con el software Gestortrust el cual está especialmente diseñado para el manejo completo y automático de un fideicomiso, permitiendo manejar cada uno de los componentes de las operaciones cotidianas del negocio, así como permitir un control inmediato y fiable de las partes más delicadas y esenciales que componen un fondo de inversiones.

2.2.4.1 Beneficios.

Entre sus principales beneficios que ofrece el software para los usuarios tenemos los siguientes:

- Sólidos controles de seguridad.
- Masificación de sus operaciones.
- Oportunidad en generación de información y manejo detallado de históricos.
- Road Map tecnológico continuo.
- Navegación flexible e intuitiva.

2.2.4.2 Características.

De las características más destacables e importantes que presenta este software están las siguientes:

- Sistema Integrado Modular.
- Multiempresa, Multimoneda,
- Multiportafolio y Multiagencia.
- Multiplataforma: a nivel base de datos, servidor de aplicaciones y estaciones de trabajo.

2.2.4.3 Módulos del Software.

El software presenta una estructura general mediante la utilización de módulos de trabajo en los cuales se ejecutan los diferentes tipos de operaciones que el sistema permite ejecutar. A continuación, se presenta una tabla con el ciclo completo de operaciones que el sistema permite ejecutar:

Tabla 49

Módulos del Software

Módulos del Software	Operaciones
Estructura del Fideicomiso	<ul style="list-style-type: none">• Manejo de prospectos.• Alta del Fideicomiso.

	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de participantes. • Estructuración de comisiones. • Registro de instrucciones personalizadas del negocio. • Registro de cuentas bancarias.
Operaciones del Fideicomiso	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de transacciones. • Cuentas por pagar y cobrar Manejo tributario. • Alta de bienes. • Gestión de pago de comisiones fiduciarias. • Custodia/Tenencia Inversiones (Mercado de dinero y Mercado de capitales).
Gestión Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de carteras de crédito. • Control de mensajes y actividades. • Niveles de autorización de transacciones. • Alertas y notificaciones. • Tareas programadas. • Gestión documental. • Control en la prevención de lavado de activos.
Contabilización	<ul style="list-style-type: none"> • NIIF Completas. • Cierre contable automático. • Estado de situación financiera. • Balances consolidados.
Liquidación de Fideicomiso	<ul style="list-style-type: none"> • Control de obligaciones pendientes. • Proceso automático de liquidación.

Elaborado por: El Autor

2.2.5 Factores que afectan las operaciones

Son los factores asociados a la operatividad. La selección de un proceso productivo está condicionada por varios factores entre ellos la política gubernamental respecto a la generación de empleo, los avances tecnológicos, las garantías y los servicios de mantenimiento y suministro de repuestos de la compañía proveedora de equipos y servicios y demás fallas internas propias de cualquier negocio que depende de sistemas

electrónicos, luz e internet. (Mondragon, 2017)

A continuación, se exponen los diferentes factores que pueden ralentizar o parar las operaciones que el fideicomiso realiza en su giro normal de negocio:

- Falla y ausencia del suministro eléctrico.
- Caída del sistema contable y financiero que utiliza el fideicomiso.
- Ausencia del personal por enfermedad u otros motivos debidamente justificados.
- Averías o manteniendo de los equipos eléctricos y electrónicos.
- Manteniendo de los sistemas contables y financieros del fondo de inversión.
- Pérdida de la red de internet por ethernet e inalámbrica

2.3 Capacidad Operativa

2.3.1 Capacidad de operativa futura.

Para realizar el análisis de la demanda y la oferta de sus servicios, ya no es necesario ir fuera de la empresa a realizar encuestas sobre la aceptación de un servicio o servicios, pues éste ya ha sido introducido al mercado, por lo que se debe agregar algún indicador de crecimiento para que la demanda crezca de manera proporcional al indicador que más se adecue a la realidad que prevé obtener el fideicomiso. (Baca, 2017)

Al ser el fideicomiso una empresa que ofrece servicios a sus adherentes en vez de productos no puede determinar una capacidad de producción futura como tal, pero si puede establecer una proyección de la demanda para los siguientes 5 años que son el horizonte del proyecto que se pretende evaluar, según su capacidad operativa. Esto en base a la demanda determinada mediante el estudio de mercado que se realizó para el primer año, y de ahí por los siguientes años se aplicará una tasa de crecimiento de las personas que laboran bajo relación de dependencia.

Adherencia, duración máxima de 35 minutos aproximadamente por adherente debido a que se necesita realizar diversos procesos para cada uno de los adherentes, como son:

- Contrato de adherencia 10 minutos
- El formulario de persona políticamente expuesta 5 minutos
- El formulario conozca su cliente, este formulario se envía a la Unidad de Análisis Financiero para su revisión 20 minutos debido a la cantidad de información financiera, contactos familiares y laborales
- Indicaciones generales 5 minutos

Tabla 50*Capacidad Operativa Futura*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasas	73%	75.05%	77.17%	79.35%	81.58%
Adherentes por año	3968	4080	4195	4313	4435

Elaborado por: El Autor

Al inicio de las operaciones el fideicomiso espera tener 3968 adherentes el primer año, lo que significa alrededor de 11 adherentes por día. El fideicomiso está preparado en cuanto a personal para un máximo de 5436 adherentes por año, es decir 14 adherentes por día aproximadamente, por lo cual comienza sus operaciones del primer año al 73% de su máxima capacidad operativa instalada.

Tabla 51*Proyección de la demanda.*

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Incremento de empleados privados bajo relación de dependencia	73%	75.05%	77.17%	79.35%	81.58%
Adherentes por año	9920	10199	10487	10783	11086

*Elaborado por: El Autor***2.4 Calidad****2.4.1 Método de satisfacción del cliente.**

“La idea de la calidad está directamente relacionada con la satisfacción de una necesidad o expectativa del cliente. Los clientes son la base y la razón de ser de cualquier empresa privada ya que sin ellos las ganancias serían nulas” (Baca, 2017, pág. 138). Al ser el elemento principal de interés los clientes o adherentes será para quienes estén dirigidos los métodos de control de calidad que el fideicomiso aplique a fin de asegurar brindar siempre un servicio de calidad.

Una mejor connotación es la que Baca (2017) expone al precisar el fin del control de calidad que es el de:

Gestionar un sistema de calidad significa no sólo administrarlo, sino proporcionarle todo lo necesario para su funcionamiento, empezando con un apoyo decidido de la alta dirección de la empresa. El segundo paso es el establecimiento de las necesidades del cliente. Finalmente es importante mencionar que la medición de la calidad interna (dentro de la organización) suele ser muy objetiva dado que los parámetros de referencia los establece la empresa,

son medibles y pueden ser controlados con facilidad. (págs. 138-139)

A continuación, se expone la plantilla a utilizarse a fin de evaluar la calidad del servicio que ofrece el fideicomiso a sus adherentes:

Tabla 52

Encuesta de satisfacción del cliente.

Cuestionario de Satisfacción del Clientes			
Fecha:	Día	Mes	Año
	()	()	()
Tipo de trámite o servicio:		SÍ	NO
¿El fideicomiso cuenta con equipamiento que se ven nuevos?		()	()
¿El fideicomiso cuenta con instalaciones óptimas para sus clientes?		()	()
¿El personal presenta una apariencia bien cuidada?		()	()
¿Las impresiones de documentos que emite el fideicomiso son de buena calidad?		()	()
¿Cuándo el fideicomiso promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple?		()	()
Cuando usted tiene dudas o necesita información el personal despeja todas sus dudas		()	()
¿Si tiene algún problema o alguna cuestión a resolver, el personal muestra interés sincero en resolverlo?		()	()
¿El personal del fideicomiso atienden sus necesidades en un corto tiempo?		()	()
¿El accionar profesional del personal le genera confianza?		()	()
¿El personal fue claro al explicar las cosas?		()	()
¿Los empleados son gentiles, corteses y atentos con usted?		()	()
¿El fideicomiso le brinda atención personalizada?		()	()
¿El fideicomiso tiene horarios de atención conveniente para usted?		()	()
Agradecemos la atención y tiempo concedido, las sugerencias y comentarios serán tomados en cuenta			

Elaborado por: El Autor

2.4.2 Diagrama de Pareto.

“El diagrama de Pareto consiste en un gráfico de barras ordenadas de mayor a menor. Las barras representan frecuencias o costos de categorías que tienen un significado determinado, por ejemplo, errores, quejas, defectos, departamentos, tipos de productos, etc.” (Garro, 2017, pág. 5).

A continuación, se detalla a manera de ejemplo ficticio con datos inventados al no aplicarse encuestas reales de satisfacción al cliente, pero con la intención de poder desarrollar, interpretar y tener una idea general de cómo funciona la gráfica de Pareto y que representa esta:

Tabla 53

Tabla de Pareto.

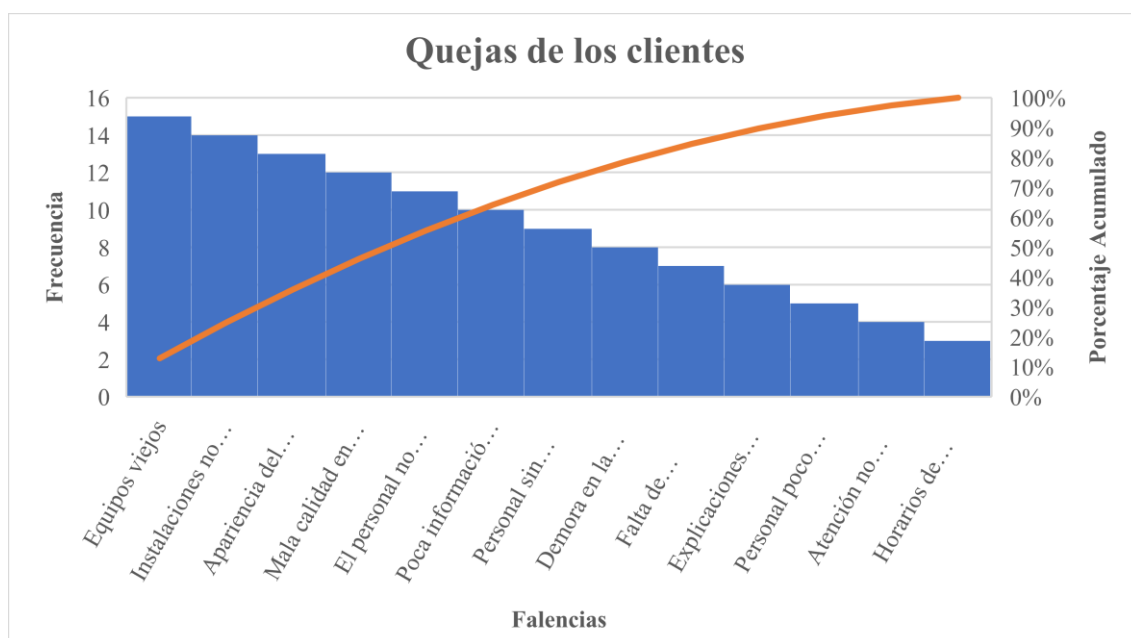
Falencias	Frecuencia	Frecuencia Acumulada	Porcentaje Unitario	Porcentaje Acumulado
Equipos viejos	15	15	10.91%	10.91%
Instalaciones no óptimas	14	29	13.64%	24.55%
Aparecería del personal descuidada	13	42	9.09%	33.64%
Mala calidad en la impresión de documentos	12	54	6.36%	40.00%
El personal no cumple con los tiempos prometidos	11	65	7.27%	47.27%
Poca información por parte del personal	10	75	6.36%	53.64%
Personal sin interés en resolver los problemas de los clientes	9	84	3.64%	57.27%
Demora en la atención a los clientes	8	92	8.18%	65.45%
Falta de profesionalismo y desconfianza hacia el personal que labora	7	99	10.91%	76.36%
Explicaciones poco claras por parte del personal	6	105	0.91%	77.27%
Personal poco gentil, cortés y atento con los clientes	5	110	2.73%	80.00%
Atención no personalizada	4	114	13.64%	93.64%
Horarios de atención no convenientes	3	117	6.36%	100.00%
TOTAL	117		100%	

Elaborado por: El Autor

De los datos anteriormente obtenidos y tabulados cada una de las preguntas y su cantidad de respuestas, se construye el diagrama de Pareto:

Figura 5

Diagrama de Pareto.



Elaborado por: El Autor

El gráfico de barras según Garro (2017) se presenta en una escala numérica absoluta y en una segunda escala se presenta una línea de porcentaje acumulado. Entre los principales usos del diagrama de Pareto están:

- Cuando se quiere descubrir cuáles son los principales problemas de calidad.
- Cuando se quiere descubrir cuáles son las principales causas de los problemas de calidad.
- Cuando se quiere estudiar cuáles son los mayores contribuyentes al costo de un producto o servicio. (pág. 5)

2.5 Normativa y Permisos que Afectan la Instalación del Negocio

2.5.1 Seguridad e higiene ocupacional.

2.5.1.1 Seguridad.

La seguridad está directamente relacionada con la continuidad del negocio: en el mejor de los casos, el daño de una máquina, un accidente de trabajo o cualquier otro evento no deseado consume tiempo de producción y atraso en los procesos cotidianos. Es más, su prevención es un deber moral, ya que el trabajo no debe comportar un perjuicio a la salud de los trabajadores, especialmente cuando estos daños son evitables. (Instituto Nacional Tecnológico INATEC, 2018, pág. 1)

2.5.1.1.1 Riesgos laborales.

Tabla 54

Riesgos laborales y medidas de prevención.

Riesgos Laborales	Medidas de prevención
La exposición a temperaturas ambientales extremas.	Mantener un correcto sistema de calefacción y aire acondicionado.
La exposición a sustancias nocivas y/o tóxicas.	Usar ropa de protección, así como guantes o gafas al manipular líquidos nocivos o tóxicos que emanen vapores fuertes.
El ruido, la onda aérea.	En medida de lo posible, insonorizar las áreas u oficinas para disminuir el ruido del exterior.
Las vibraciones	Mantener de forma fija, estable y niveladas las superficies de trabajo y de apoyo de objetos.
El polvo, los humos y los vapores.	Correcta ventilación y desinfectado de superficies, así como la aspiración permanente de suelos y cortinas.

Elaborado por: El Autor

2.5.1.2 Higiene ocupacional.

Es una técnica no médica dedicada a reconocer, evaluar y controlar aquellos factores ambientales o tensiones emanadas (ruido, iluminación, temperatura, contaminantes químicos y contaminantes biológicos) o provocadas por el lugar de trabajo que pueden ocasionar enfermedades o alteración de la salud de los trabajadores. (Instituto Nacional Tecnológico INATEC, 2018, pág. 2)

CAPÍTULO III

3 Organización y Gestión

3.1 Objetivo del Capítulo

Establecer los lineamientos de misión, visión, valores y principios bajo los cuales se registrará el operar diario de la empresa con el fin de alcanzar los objetivos planteados mediante estrategias establecidas, obtenidas a partir de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas extraídas de la matriz FODA.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

Es necesario analizar desde el punto de vista estratégico cuáles serán las pautas y procedimiento para seguir con el fin de cumplir con los objetivos propuestos y así alcanzar las metas establecidas.

El análisis estratégico es la herramienta que se debe utilizar cuando se tienen adversarios al frente, este análisis siempre deriva en la generación de estrategias para vencer todas las adversidades que se vayan presentando en el camino, incluyendo vencer al o a los enemigos, o al menos penetrar en el mercado y convivir con los demás oferentes. (Baca, 2017)

3.2.1 Visión de la empresa.

Ser una compañía líder en el ámbito de fideicomiso y crediticio, reconocido en el ámbito regional y nacional dedicado a la captación de ahorros y líneas de créditos a sus adherentes, junto con un personal comprometido y capacitado que permitan ofrecer al usuario un servicio de calidad y competencia.

3.2.2 Misión de la empresa.

El Fondo de Inversiones Villavicencio & Asociados (FIVA) es una compañía dedicada a la captación de ahorros programados y líneas de crédito entre sus adherentes del norte de la ciudad de Quito que laboran bajo relación de dependencia, mediante la actualización permanente de las tasas de ahorro y crediticias para ser las más competitivas del mercado, con el fin de crear un fondo de ahorro de alto rendimiento al cual acudir en caso de imprevistos para los adherentes.

3.2.3 Objetivos operativos.

“Los objetivos del proyecto están en función de las intenciones de quienes lo promueven, y se puede agregar cuáles son las limitaciones que se impone” (Baca, 2017, pág. 5).

- Poner a disposición de los clientes servicios de calidad, competitivo y diferenciado que satisfaga las necesidades crecientes de ahorro y financiamiento de los usuarios.

- Ofrecer los servicios de captación de ahorros y de líneas de crédito con las mejores y más actualizadas tasas del mercado.
- Posicionar a la nueva empresa en el mercado, logrando su permanencia, de modo que logre hacerse un renombre y confianza con sus clientes.
- Mejorar permanentemente sus servicios en base a la opinión del cliente y sus cambiantes necesidades, a efecto de aplicar los correctivos que fueran necesarios para su plena satisfacción.
- Aplicar un plan de marketing que permita posicionarnos en la mente del consumidor como su principal fuente crediticia y de ahorros.
- Mantener una constante capacitación del personal, para que este opere con la información más actualizada posible y ofrezca el mejor servicio posible.

3.2.4 Principios y valores.

3.2.4.1 Principios.

“Los principios son normas sociales que indican lo que las personas deberían hacer o lo que no. También determinan cuáles son las acciones que deben ser promovidas o reconocidas y cuáles son las que deben ser criticadas o castigadas” (Unidad Especializada de Formación Continua, 2020, pág. 50).

Siguiendo con la definición anterior los principios regirán el accionar del personal dentro de la institución y servirán de soporte para futuros llamados de atención o amonestaciones según los amerite. “Los principios socio comunitarios, son resultado de una construcción social y promueven la convivencia armónica entre los seres humanos y el entorno que nos rodea, a través de la práctica cotidiana” (Unidad Especializada de Formación Continua, 2020, pág. 50).

Los principios serán los componentes bajo los cuales se regirá el orden y respeto, así como su organización dentro de la entidad:

- **Trabajo en Equipo:** Con el propósito de lograr la cooperación entre empleados y propietarios, desarrollando un excelente ambiente de trabajo.
- **Disciplina:** Todo el personal que conforma la empresa deberá cumplir con reglas y normas de respeto y compañerismo implantadas por la empresa.
- **Innovación y Creatividad:** Se aportará con nuevas ideas para mejorar los servicios que la empresa ofrece, para generar así ventajas diferenciadoras sobre sus competidores.
- **Eficacia y Eficiencia:** Las actividades se realizarán en base a los tiempos y

recursos planificados siempre teniendo en cuenta la calidad del servicio final.

- **Compromiso:** Todos los miembros de la empresa deben dar lo mejor de cada uno en cuanto a lo laboral y lo social, deben ser solidarios con el resto de personal creando así un ambiente de confianza y de compañerismo dentro de la empresa.
- **Calidad:** Cada uno de los miembros de la empresa debe realizar su trabajo de manera irreprochable con un alto grado de habilidad técnica para satisfacer las necesidades de los usuarios.
- **Competitividad:** La empresa gracias al esfuerzo de todo su personal, ejercerá competitividad dentro del mercado fiduciario, específicamente en la captación de ahorros y líneas crediticias.

3.2.4.2 Valores.

Los valores son considerados referencias, pautas o atracciones que orientan el comportamiento humano hacia la transformación social, dan orientación a la conducta y a la vida de cada individuo y de cada grupo social. El concepto de valor es aplicado al ser humano, a sus actitudes y parámetros para conducirse y tomar decisiones. (Unidad Especializada de Formación Continua, 2020)

La compañía fundamentará sus actividades cotidianas y productivas, mediante la fomentación de los siguientes valores:

- **Honestidad y Transparencia:** Se fomentará la integridad del talento humano, mismo que actúa con ética, honestidad y transparencia en cada uno de sus actos para con la sociedad, clientes, organismos legales y estatales.
- **Compromiso:** La empresa responderá al compromiso y a la obligación contraída al aceptar el cargo, no solo con la empresa sino con la sociedad a la cual prestamos nuestros servicios.
- **Puntualidad:** Se fomentará este valor dando el ejemplo al personal con el inicio de las actividades a la hora señalada y la entrega oportuna de los trabajos.
- **Prudencia:** Ser mesurado con las actividades y el tiempo de trabajo que realice cada uno del personal que labora en la empresa.
- **Discreción:** Ser delicado con el tipo de información que maneje el personal, referente a los clientes y servicios que presta la empresa.
- **Responsabilidad:** Cada empleado será responsable de sus tareas y demás deberes procedentes de su cargo, así como de su trabajo habitual.

3.2.1 Matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA).

Tabla 55

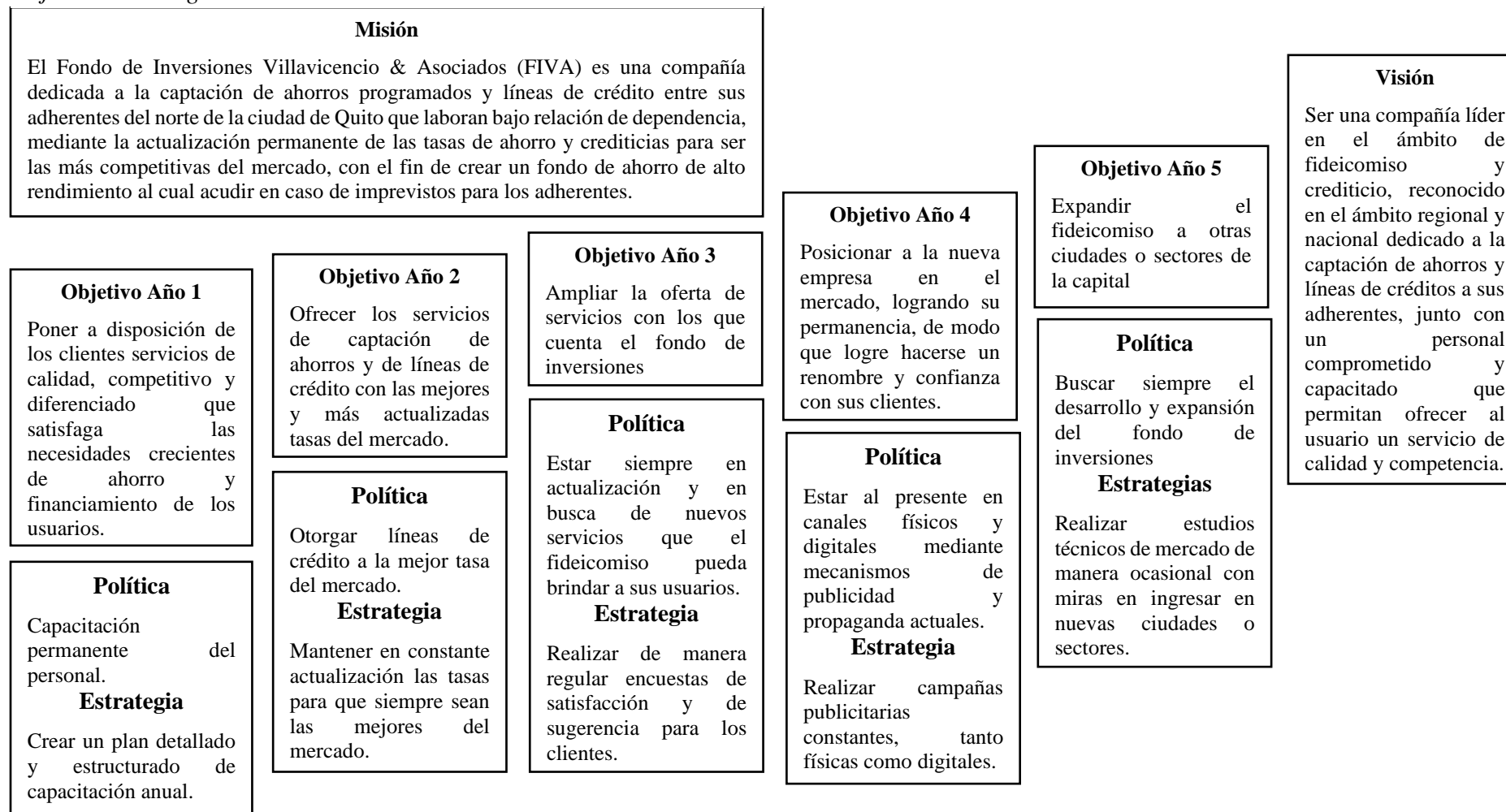
Matriz FODA.

		FACTORES INTERNOS		
		Matriz FODA	Fortalezas	Debilidades
FACTORES EXTERNOS	Oportunidades	Necesidad por el ahorro e inversión, así como acceso a líneas de crédito rápido y sin demasiados requisitos.	Captación de ahorros programados a una tasa del 8,70% y disposición de líneas de créditos accesibles con las tasas más bajas del mercado,	Gasto de recursos de personal constante al tener que estar investigando, comparando y actualizando la tasa de ahorros para que siempre sea la más competitiva.
		La ciudad de Quito cuenta con el mayor número de empleados privados bajo relación de dependencia del país.	Campañas publicitarias digitales y físicas dirigidas y realizadas dentro de la ciudad de Quito.	Gasto constante de recursos monetarios y de mano de obra del personal destinados a cubrir los costos y creación de las propaganda y publicidad de la empresa.
		Pocos fondos de inversiones al norte de la ciudad de Quito.	Buena ubicación de las oficinas de la empresa de fiduciaria en el sector norte de la ciudad de Quito.	Inestabilidad en la posesión del bien inmueble, ya que solo está arrendado por el fideicomiso.
		Las empresas iniciales tienen concesiones tributarias para pagar menos impuestos o incluso evitar pagarlos.	El interés generado se reinvierte el dinero generado en el mismo fondo.	Elaboración y presentación permanente de los Estados Financieros y demás documentación fiscal ante los organismos de control pertinentes.
	Amenazas	Competencia con otros fondos de inversión.	Diferenciación en la atención de calidad, y facilidad para acceder a líneas crediticias con un mínimo de tres aportaciones.	Posibilidad de que el adherente se quede sin su trabajo fijo, y el fondo tenga que refinanciar la deuda contraída con riesgo a que no pueda cancelarla el usuario, en caso de existir un préstamo del fideicomiso.
		Aparición de nuevos competidores fiduciarios.	Tasa de interés por encima del 8,70% anual con reinversión de los intereses de forma mensualizada para lo correspondiente a ahorros programados.	Posibilidad de que el adherente retire todo su dinero junto con sus intereses generados mensualmente, después de los tres primeros meses.
Cambios normativos legales y tributarias por parte del Estado, la Superintendencia de Compañías y de Bancos.		Modelo de trabajo sencillo al ser una compañía pequeña sin demasiado volumen de adherentes y personal que labora dentro del fideicomiso, exenta del pago de algunos Impuesto, como el Impuesto a la Renta.	Empresa recién constituida y poco conocida en el mercado con un número de adherentes o clientes reducido.	
	Economía y situación laboral inestable en el país.	Convenio de débito automática de las cuentas de ahorros de los adherentes previa autorización firmada al momento del convenio o contrato con el fondo de inversiones.	Posibilidad de que el débito automático se cancele, al momento de que el adherente se quede sin disponibilidad de dinero en su cuenta.	

Elaborado por: El Autor

Figura 6

Objetivos estratégicos.



Elaborado por: El Autor

3.3 Organización Funcional de la Empresa

3.3.1 Organización interna.

“La organización está relacionada con el ambiente donde se desarrollará el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación, busca agrupar funciones para el logro de los objetivos propuestos, asignando tareas en los diferentes niveles, realizando actividades coordinadas” (Mondragon, 2017, pág. 60).

La empresa está conformada por grupos determinados de colaboradores para el correcto funcionamiento de la empresa, a estos grupos se les asigna tareas y objetivos a alcanzar y están dirigidos por un jefe o gerente. La estructura orgánica de la empresa comprenderá los siguientes 3 niveles jerárquicos: Directivo, Gerencial, Administrativo.

3.3.1.1 Niveles estructurales.

La empresa en su estructura organizacional estará formada por los siguientes 5 niveles jerárquicos:

- **Nivel Directivo:** Nivel compuesto por la junta de 2 socios que dan vida a la empresa con sus aportaciones económicas, de bienes o recursos mentales.
- **Nivel Ejecutivo:** El nivel ejecutivo estará integrado por el gerente de la empresa, quien a su vez será el representante y responsable de dirigir el manejo económico, orientar y supervisar la ejecución de las actividades de la empresa y de rendir cuentas o reportes ante la junta de socios y organismos de control durante toda su gestión.
- **Nivel Operativo:** Este nivel está conformado por el personal de atención al cliente quienes serán los responsables de asistir a las peticiones y necesidades de los usuarios o personas interesadas en invertir en la empresa con el objetivo de suplir las proyección o metas de servicios que brinda la empresa a los clientes.
- **Nivel de Apoyo:** El nivel de apoyo estará conformado por el Contador y el jefe de Marketing quién será el encargado de llevar y revisar todos los procesos contables, tributarios y financieros y ser el responsable ante los organismos tributarios y de control.

3.3.1.2 Organigrama estructural.

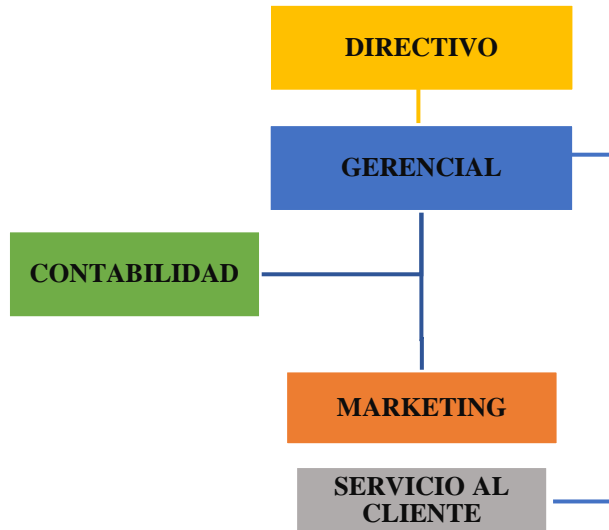
Es un diagrama que señala la estructura administrativa de la organización sin profundizar en cargos ni perfiles. Demuestra a la vez la jerarquía del cual está formada dentro de la empresa en las distintas áreas, para así alcanzar las metas deseadas en cuanto a las responsabilidades internas, habilidades y capacidades.

La empresa necesita personal capacitado que contribuyan al crecimiento constante del negocio. Para la elaboración de este proyecto de inversión se necesitan cuatro empleados que son con los cuales se iniciará, los cuales serán encargados del área gerencial, contabilidad, marketing y atención al cliente.

Empresa de Fondos de Inversión Villavicencio & Asociados

Figura 7

Organigrama estructural de la empresa



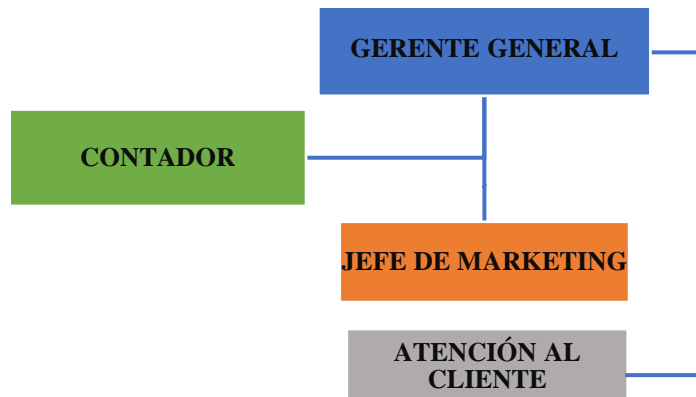
Elaborado por: El Autor

3.3.1.3 Organigrama funcional.

Describe a manera de funciones el organigrama estructural de la empresa, dividiendo y especificando cada una de sus tareas en cada uno de los niveles de la organización, permitiendo así tener una idea general de cómo funciona la organización y de cómo es el proceso que realizan en cuanto a sus actividades que realizan.

Figura 8

Organigrama Funcional.



Elaborado por: El Autor

3.3.2 Descripción de puestos.

3.3.2.1 Gerente general.

Tabla 56

Descripción del puesto de Gerente General.

I. INFORMACIÓN BÁSICA
Puesto: Gerente General
Jefe inmediato superior: Junta de Socios
Supervisa a: jefe de marketing, contador, operadora

II OBJETIVO DEL PUESTO
El gerente debe cumplir varias de las funciones que permitan planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo necesario de la empresa, además de supervisar y coordinar todas las actividades administrativas, operativas y demás personal a su cargo, se encargará también de implementar nuevos métodos y modelos de trabajo.

III FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none">• Ser el responsable del cuidado de las inversiones y de los abonos por parate de los adherentes mes a mes.• Crear un ambiente de trabajo en donde todos los empleados conozcan los objetivos, las metas, la misión y la visión de la empresa.• Dirigir y tomar las decisiones dentro de la empresa para cumplir con las metas y objetivos planteados, así como de supervisar la empresa y su personal y ser un líder dentro de esta.• Mantener contacto continuo y buena relación con los proveedores más frecuentes, así como de estar siempre en busca de nuevos proveedores con mejores ofertas o calidad de servicios.• Mantener el orden dentro de las tareas que se lleguen a realizar entre los empleados, así como también establecer los horarios y tiempos adecuados para laborar.• Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros y tomar las medidas correctivas y la mejor de las

decisiones frente a los problemas o eventualidades que surjan en el giro normal del negocio.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

Título profesional: Título de tercer nivel en carreras afines.

Experiencia: Experiencia en el cargo de 3 años como mínimo.

Habilidades:

- Integración y coordinación de equipos de trabajo, dominio de liderazgo y en la toma de decisiones.
- Proactivo, capacidad de trabajar bajo presión, dinámico, responsable, discreto y con disposición de trabajar.

Formación: Ing. Administración de Empresas, Ing. Auditoría y Finanzas

Elaborado por: El Autor

3.3.2.2 Contador.

Tabla 57

Descripción del puesto de Contador.

I. INFORMACIÓN BÁSICA

Puesto: Contador.

Jefe inmediato superior: Gerente General

Supervisa a:

II OBJETIVO DEL PUESTO

El encargado de la contabilidad deberá analizar y registrar todos los movimientos y transacciones contables que se realicen en la empresa, así como preparar reportes y estados financieros acordes a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (NAGAS), las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y las Normas de Auditoría (NIAS) y demás normativa vigente, así como también, de generar información correcta y segura para la declaración y pago de tributos fiscales.

III FUNCIONES

- Generar y presentar reportes de manera periódica, así como también, elaborar los estados financieros de acuerdo con los periodos correspondientes y plazos establecidos.
-

-
- Validar, documentar, asegurar y resguardar toda la información contable referente a las actividades de la empresa.
 - Realizar las debidas declaraciones tributarias correspondientes al pago de tributos al Servicio de Rentas Internas (SRI) en el tiempo y plazos adecuados.
 - Mantener la información contable al día con todos los soportes a través de digitación en software proporcionado por la empresa.
 - Capacitación constante de acuerdo con lo que estable la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno (LORTI), la Ley de Compañías, Ley de Bancos, así como también el Código de Trabajo.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

Título profesional: Título de tercer nivel como Auditor y Contador

Experiencia: Experiencia mínima de dos años en puestos similares relacionados a los fideicomisos.

Habilidades:

- Trabajo en equipo, relaciones interpersonales, capacidad de organización y manejo de grandes volúmenes de documentación física y electrónica.
- Dominio completo de equipos computacionales, en procesamiento de hojas de texto, hojas de cálculo, y demás softwares contables, así como experticia en lo relacionado al pago de impuestos y la generación de facturación, declaraciones, sistemas y procesos financieros

Formación: Ing. Contabilidad y Auditoría.

Elaborado por: El Autor

3.3.2.3 Jefe de marketing.

Tabla 58

Descripción del puesto de Jefe de Marketing.

I. INFORMACIÓN BÁSICA

Puesto: Jefe de Marketing

Jefe inmediato superior: Gerente General

Supervisa a:

II OBJETIVO DEL PUESTO

El encargado de marketing llevará el control de la parte publicitaria y de la parte decorativa del fideicomiso, así como será el encargado de captar y atraer nuevos clientes promocionando la empresa y su marca. Hacer publicidad sobre las bondades de los servicios, así como usar las plataformas y medios digitales para llegar al consumidor final.

III FUNCIONES

- Decorar la fachada del fideicomiso en los días festivos y ocasiones especiales.
 - Utilizar los medios sociales y digitales para los servicios y la marca en el mercado.
 - Realizar los contratos con las radios y medios locales de publicidad y propaganda.
 - Crear panfletos y tarjetas de presentación para la empresa y para la presentación de nuevos servicios.
 - Colocar carteles o vallas publicitarias acorde a las temporadas dentro del local.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

Título profesional: Título de tercer nivel como Marketing Digital

Experiencia: Experiencia mínima de dos años en puestos similares relacionados a los fideicomisos.

Habilidades:

- Proactivo para el ordenamiento, decoración de la fachada del local.
- Trabajo en equipo, relaciones interpersonales, capacidad de organización y manejo de redes sociales, internet y propaganda física.

Formación: Ing. Marketing Digital.

Elaborado por: El Autor

3.3.2.4 Operadora.

Tabla 59

Descripción del puesto de la Operadora.

I. INFORMACIÓN BÁSICA

Puesto: Operadora

Jefe inmediato superior: Gerente General

Supervisa a:

II OBJETIVO DEL PUESTO

El personal de atención al cliente estará encargado realizar dar la bienvenida y atender a los usuarios con sus dudas e inquietudes y con información que estos soliciten, así como de atender al cliente y escuchar sus quejas o sugerencias. Asesorar a los potenciales adherentes que estén interesados en invertir en el fondo de inversiones.

III FUNCIONES

- Controlar y estar a cargo de las facturaciones necesarias dentro del fideicomiso.
 - Corroborar depósitos y transacciones bancarias, así como el seguimiento adecuado de cartera.
 - Atender a los clientes y orientarlos con los beneficios y prestaciones que ofrece el fondo de inversiones para sus adherentes.
 - Escuchar y atender las dudas o sugerencias de los clientes.
 - Mantener limpio y ordenado las instalaciones y áreas de trabajo de manera regular.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

Título profesional: Bachiller o título de tercer nivel en áreas financieras o contables.

Experiencia: No es necesaria la experiencia más allá de los estudios realizados.

Habilidades:

- Relación y buen trato con el público, facilidad de palabra y convencimiento y capacidad de organización.
- Dominio de sistema de facturación y manejo de ofimática.

Formación: Cualquier título a fin

Elaborado por: El Autor

3.4 Control de Gestión

3.4.1 Indicadores de gestión.

A continuación, se detallan los principales indicadores que el fideicomiso tomará en cuenta para valorar el rendimiento, control y gestión en general y financiera del fondo de inversiones en el giro normal de sus operaciones.

Tabla 60

Indicadores de Gestión

Tipo de Indicador	Factor	Indicador	Fórmula
Financiero	Liquidez	Liquidez corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$
		Prueba ácida	$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$
	Solvencia	Endeudamiento del activo	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$
		Endeudamiento patrimonial	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$
		Apalancamiento	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$
Comercial	Gestión	Rotación de cartera	$\frac{\text{Captación de ahorros}}{\text{Cuentas por cobrar}}$
		Rotación de activo fijos	$\frac{\text{Captación de ahorros}}{\text{Activo fijo}}$
		Rotación de ahorros	$\frac{\text{Captación de ahorros}}{\text{Activo total}}$
		Periodo medio de cobranza	$\frac{\text{Cuentas por cobrar} \times 365}{\text{Captación de ahorros}}$
		Periodo medio de pago	$\frac{\text{Ctas. y doc. por cobrar} \times 365}{\text{Gasto admin. y financiero}}$
		Impacto gastos administrativos y ventas	$\frac{\text{Gasto admin. y operativo}}{\text{Captación de ahorros}}$
Servicio al cliente	Satisfacción	Impacto de la carga financiera	$\frac{\text{Gasto financiero}}{\text{Captación de ahorros}}$
		Nivel de quejas	$\frac{\text{Número de quejas}}{\text{Número total de adhérentes}}$

Elaborado por: El Autor

3.5 Necesidades De Personal

En la actualidad, la necesidad de personal calificado y su gestión han tomado gran influencia dentro de la administración del recurso o capital humanos, pues es una de las estrategias para generar valor a las acciones y procesos de la empresa, así como convertirse en una ventaja competitiva. (Zayas, 2020, pág. 10)

En base a los datos obtenidos de las encuestas y a la aplicación de las tasas de crecimiento poblacional asalariada, se obtuvo las proyecciones futuras de demanda, para

la cual se tiene previsto que el número de personal que labora en el fideicomiso crezca para suplir el aumento de demanda de adherente durante los cinco años de horizonte del proyecto.

Tabla 61

Necesidades de personal a futuro.

Personal	Justificación
Contador Interno	Debido a que se espera que el negocio crezca de forma gradual, la necesidad de contar con un contador de planta de manera interna se vuelve vital. Ya que aumentarán el número de transacciones y registros contables que tendrá que realizar, así como una mayor carga tributaria y financiera por parte del fideicomiso durante los próximos cinco años.
Operadoras	Se espera que durante los próximos cinco años se aumenten por cada año una operadora para atención y servicio al cliente, debido a que la demanda y afluencia de personas al fideicomiso en busca de información cada vez será mayor.
Asesores de créditos	Durante el giro normal del negocio se espera llegar a contratar por lo menos 2 dos asesores crediticios que den soporte y ayuden con las diferentes líneas de créditos a los adherentes o personas que estén interesadas en acceder a dichos créditos.

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO IV

4 Jurídico Legal

4.1 Objetivos del Capítulo

Establecer la forma de constitución del fondo de inversión como empresa y el procedimiento a seguir para obtener los registros de marcas y licencias necesarias para su operatividad y puesta en marcha.

4.2 Determinación de la Forma Jurídica

“En esta sección se define el tipo de sociedad bajo la cual funcionara el negocio, pues es importante que se aprovechen las facilidades financieras, fiscales y legales para decidir la que mejor se adapte al negocio” (Rodríguez, 2018, pág. 25).

La empresa se creará bajo el nombre de Fondo de Inversiones Villavicencio & Asociados (F.I.V.A.), la cual estará destinada a ofrecer sus servicios de captación de dinero de los adherentes, y ofrecer dos líneas de créditos para sus afiliados o clientes.

La personalidad jurídica con la que operará la empresa de fideicomiso será la de Sociedad o Compañía Limitada (Ltda.), la cual está formada por sus dos socios fundadores, los mismo que aportan cada uno un capital neto de \$9.656,26 en efectivo para el comienzo de sus operaciones y conformación del fondo de inversiones.

Dentro de sus responsabilidades y características a destacar con las que cuenta las empresas de tipo responsabilidad limitada, se enuncian las siguiente:

- Monto mínimo para constituir US \$ 400.
- El capital debe estar pagado al constituir la compañía, o en un aumento de capital, mínimo el 50% y el saldo en un año.
- Número de socios para constituir mínimo 2 máximo 15. Luego de constituida no puede subsistir con un sólo socio.
- El capital está dividido en participaciones.
- Para transferir las participaciones se requiere el consentimiento unánime de todos los socios.
- La transferencia de las participaciones es formal a través de escritura pública.
- El nombre puede estar constituido por una razón social.
- Tanto el quórum de instalación de la Junta de Socios como el de votación se los establece sobre la base del capital que tenga cada socio al margen si el mismo está o no íntegramente pagado.
- Es facultativo la existencia del Comisario.

- Las convocatorias a Junta de Socios pueden hacerse mediante comunicación escrita dirigida a cada socio o por la prensa o por cualquier otro mecanismo según lo disponga el estatuto.
- El Fondo de Reserva es el 5% de las utilidades anuales hasta completar el 20% del capital.
- No puede establecerse un capital autorizado.
- Existen únicamente dos convocatorias de la Junta General para resolver sobre reformas al estatuto.
- No pueden ser socios los bancos, las compañías de seguros, capitalización y ahorro, las compañías anónimas extranjeras, las corporaciones eclesiásticas, los religiosos, los clérigos, los quebrados que no hayan obtenido rehabilitación y los funcionarios públicos de alto nivel señalados en el Art. 266 del Código Penal.
- Se puede excluir a un socio por causas legales previo trámite judicial.
- No se puede disminuir el capital para devolver el mismo a los socios.
- Los administradores pueden ser removidos únicamente por causas legales.
- Las participaciones no son embargables.
- El derecho preferente que tienen los socios para aumentar el capital lo será salvo que el estatuto o las resoluciones de la Junta de Socios dispongan lo contrario.
- Las participaciones son de un solo tipo.
- Pueden pedir convocatoria a Junta un número de socios que representen el 10% del capital.
- Debe autorizar el gravamen o la venta de los bienes inmuebles de la compañía.
- Los administradores no pueden dedicarse por cuenta propia al mismo género de negocios de la compañía

4.2.1 Creación de la empresa.

“Al iniciar un proyecto de inversión es importante elegir la forma de sociedad mercantil que regirá a los asociados para que todos conozcan las reglas de juego en las que basaran sus relaciones ante la sociedad conformada y ante terceros” (Mondragon, 2017, pág. 65).

A continuación, se procede a describir los pasos necesarios para la constitución de la empresa como una sociedad y sea registrada como tal en la Superintendencia de Compañías, previo al comienzo de las operaciones del fideicomiso:

- Acudir a la Superintendencia de Compañías con el nombre escogido para la

empresa y verificar que no exista ya ese nombre previamente registrado.

- Elaborar los estatutos o contrato social mediante una minuta firmada por un abogado.
- Abrir una cuenta de integración de capital, elaborar una carta de socios donde se detallan las participaciones de cada uno de ellos, solicitar el certificado de cuentas de integración de capital.
- Elevar a escritura pública, llevar el nombre escogido, el certificado de cuenta de integración y la minuta estatutaria.
- Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías para que esta sea revisada y avalada mediante una resolución.
- Publicar en algún periodo de la ciudad la resolución y un extracto de la constitución de la empresa.
- Obtener los permisos correspondientes municipales para el comienzo de las operaciones.
- Ir al registro mercantil de la ciudad donde se constituyó la empresa e inscribir la sociedad.
- Realizar una junta de socios en donde decidirán al presidente o gerente, según lo determine el estatuto previamente creado por la empresa.
- Inscribir el nombre del administrador o gerente responsable de la empresa previamente designado, se tiene un plazo no mayor a los 30 días desde el día de su designación como representante.
- Obtener los documentos habilitantes en la Superintendencia de Compañías para poder aperturar el RUC de la sociedad en el Servicio de rentas Internas (SRI).
- Obtener la carta en la Superintendencia de Compañías dirigida al banco donde se apertura la cuenta inicial de conformación, donde se podrá dar uso a los valores depositados.

4.3 Registros de Marcas

Al ser el fideicomiso una empresa que no ofrece ningún bien que requiera un proceso específico de transformación, sino que únicamente ofrece servicios como fuente principal de sus ingresos, no necesita registrar ninguna marca ni patente específica para realizar este tipo de actividades. Mas allá de estar bajo la supervisión y regulación por parte de la Superintendencia de Compañías y la Superintendencia de Bancos y cumplir con sus obligaciones tributarias y financieras.

4.4 Licencias Necesarias para Funcionar y Documentos Legales

4.4.1 Registro único de contribuyente (RUC).

A continuación, se procede a especificar los requisitos necesarios previa la apertura del Registro Único de Contribuyente para las Sociedades en las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI):

- Presentar el formulario 01A y 01B.
- Nombramiento del Representante legal
- Original y copia de la cédula del Representante Legal.
- Certificado original de votación del Representante Legal.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal.

Se procede a describir el proceso o los pasos a seguir para obtener el RUC en las oficinas del SRI de manera presencial:

Tabla 62

Proceso para la Obtención del Registro Único de contribuyente (RUC)

Pasos	Proceso
1	Dirigirse a un centro de atención del SRI.
2	Solicitar turno.
3	Acercarse a ventanilla.
4	Presentar los requisitos.
5	Esperar la entrega del documento.
6	Recibir contestación.

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Elaborado por: El Autor

4.4.2 Patente municipal.

Se detallan cada uno de los requisitos necesarios para la obtención de la patente municipal emitida por el Municipio de la ciudad, con el fin de poner comenzar con las operaciones comerciales dentro del Distrito Metropolitano de Quito:

- Formulario de Inscripción de Patente.
- Copia de la Cédula de Identidad y certificado de votación de la última elección.
- Copia del RUC.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante

legal, en el caso de que se trate de una Persona Jurídica.

- Copia de constitución de la empresa para las Personas Jurídicas, así como del nombramiento vigente del representante legal.

A continuación, se describen los pasos a seguir para la obtención de la Patente Municipal en el Distrito Metropolitano de Quito:

Tabla 63

Proceso para la obtención de la Patente Municipal.

Pasos	Proceso
1	Descargar el formulario de inscripción desde el Portal de servicios Municipales (PAM).
2	Descargar el acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos (patente).
3	Llenar ambos formularios a mano con letra imprenta legible y sin tachones.
4	Ingresar los formularios de manera personal y física en los balcones de servicios de la Administración Zonal más cercana.
5	Esperar a recibir la clave de acceso para la declaración del impuesto de patente en su correo electrónico.

Fuente: Portal de Servicios Municipales (PAM).

Propia Elaborado por: El Autor

4.4.3 Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

Se presentan los requisitos necesarios para poder obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bombero previa autorización de seguridad y funcionamiento preventivo:

- RUC escaneado en formato PDF.
- Cédula de identidad del representante legal escaneado en formato PDF.
- Solicitud de inspección del edificio.
- Formulario en el que el usuario declara que cumple las condiciones de seguridad contra incendio en el edificio.
- Formulario en el que el usuario detalla la solicitud.

A continuación, se describe los pasos a seguir para poder obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos:

Tabla 64

Proceso para la obtención del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Pasos	Proceso
1	Acceder al trámite en línea en el sistema de solicitud de servicios del Cuerpo de Bomberos de Quito.
2	Seleccionar la opción Solicitud de Servicios de Prevención de Incendios.
3	Completar la información e ingresar en formato digital todos los requisitos establecidos para aceptación del trámite.
4	Esperar a recibir la respuesta a su trámite mediante correo electrónico.

Fuente: Portal Único de Trámites Ciudadanos

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO V

5 Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del Capítulo

Verificar la factibilidad y conveniencia de la creación de un fondo de fideicomisos al norte de la ciudad de Quito cantón de Pichincha.

5.2 Plan de Inversiones

Todo proyecto necesita de una inversión inicial para comenzar con sus operaciones, ya que con dicha inversión se financiará la mayor parte de los gastos necesarios para implementar el proyecto y hacerlo realidad. Según Baca (2017), “la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo” (p. 175).

Detalla las inversiones y el tipo de cada una de ellas, necesaria para poner en marcha el proyecto de inversión destacando entre todos dos grandes grupos como son: la inversión corriente y la inversión fija.

5.2.1 Inversión inicial corriente.

Se entiende por inversión inicial corriente a aquella que es utilizada para el comienzo de las operaciones pero que no está representada de forma física o material, según Baca (2017) expone que es:

Conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como luz, teléfono, internet, agua y servicios notariales). (pág. 175)

5.2.2 Inversión inicial fija.

En base a lo expuesto por Baca (2017): se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. De esta manera se deja en claro que la inversión fija comprende los valores correspondientes a bienes de carácter corpóreos o materiales, destinados a ser de utilidad para el inicio de las operaciones y ser utilizados en su día a día.

Tabla 65*Plan de inversiones.*

Detalle	Cant	Valor Unit.	Total	Total
ACTIVOS FIJOS				\$6,006.00
Equipo de Computo				\$3,342.00
Computadora de escritorio	4	\$500.00	\$2,000.00	
Impresora Epson Jkn21	4	\$200.00	\$800.00	
Regulador de voltaje logitech	4	\$23.00	\$92.00	
Software fiduciario Gestortrust	1	\$450.00	\$450.00	
Muebles de Oficina				\$1,999.00
Archivadores	6	\$150.00	\$900.00	
Escritorios	4	\$160.00	\$640.00	
Sillas de oficina	4	\$55.00	\$220.00	
Sillas de clientes	8	\$22.00	\$176.00	
Basureros	4	\$15.75	\$63.00	
Equipo de Oficina				\$665.00
Teléfono fijo	4	\$60.00	\$240.00	
Cámaras de seguridad	5	\$85.00	\$425.00	
Gastos de constitución				\$2,723.00
Escritura de Constitución	1	\$850.00	\$850.00	
Cuenta de Integración de Capital	1	\$527.00	\$527.00	
Licencia Única de Actividades Económicas	1	\$80.00	\$80.00	
Tasa de inscripción en el Registro de la marca	1	\$286.00	\$286.00	
Pago de patentes municipales	1	\$110.00	\$110.00	
Pago de tasa permiso de Cuerpo de Bomberos	1	\$75.00	\$75.00	
Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil	1	\$45.00	\$45.00	
Horarios profesionales abogado	1	\$750.00	\$750.00	
Instalaciones y Adecuaciones				\$1,906.70
Adecuaciones				\$1,726.70
Divisiones y arreglos de Gypson	8	\$9.90	\$79.20	
Letrero principal de la fachada	1	\$50.00	\$50.00	
Rotulaciones decorativas de vidrieras	5	\$12.50	\$62.50	
Puertas de madera	4	\$100.00	\$400.00	
Pintura	5	\$12.00	\$60.00	
Tanques extintores	3	\$45.00	\$135.00	
Instalaciones eléctricas	1	\$140.00	\$140.00	
Mano de obra de adecuaciones	2	\$400.00	\$800.00	
Materiales Eléctricos				\$180.00
Lámparas led	4	\$20.00	\$80.00	
Letreros led señaléticas de emergencia	2	\$25.00	\$50.00	

Cableado eléctrico	25	\$2.00	\$50.00	
CAPITAL DE TRABAJO				\$17,468.35
TOTAL DE INVERSIÓN				\$28,104.05

Elaborado por: El Autor

El capital de trabajo está constituido por el total de los costos de operación de un año dividido para doce meses y multiplicado por 3 meses de operaciones. Este capital de trabajo servirá para poner en marcha el inicio del proyecto, así como cubrir los gastos iniciales de operaciones.

Tabla 66

Capital de trabajo

Concepto	Cant. Anual	Costo Unitario	Total Anual	Total Mensual	3 Meses de Operación
COSTOS OPERATIVIDAD			\$12,807.58	\$2,717.30	\$8,151.90
Sueldos y salarios operativos			\$6,757.15	\$563.10	\$1,689.29
Atención al cliente	12	\$563.10	\$6,757.15	\$563.10	\$1,689.29
Arriendo de área operativa			\$1,800.00	\$1,800.00	\$5,400.00
Arriendo	12	\$150.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$5,400.00
Servicios básicos del área operativa			\$400.74	\$33.40	\$100.19
Electricidad	564	\$0.12	\$67.68	\$5.64	\$16.92
Agua	138	\$0.72	\$99.36	\$8.28	\$24.84
Teléfono	6	\$8.95	\$53.70	\$4.48	\$13.43
Internet	6	\$30.00	\$180.00	\$15.00	\$45.00
Suministros de limpieza del área operativa			\$129.69	\$10.81	\$32.42
Escobas	3	\$2.50	\$7.50	\$0.63	\$1.88
Trapeadores	3	\$3.00	\$9.00	\$0.75	\$2.25
Franelas	6	\$0.50	\$3.00	\$0.25	\$0.75
Toallas de mano	6	\$0.99	\$5.94	\$0.50	\$1.49
Cloro líquido envasado 4LT	3	\$3.50	\$10.50	\$0.88	\$2.63
Ambiental en spray 450c3	3	\$2.85	\$8.55	\$0.71	\$2.14
Desinfectante envasado de 4LT	3	\$3.40	\$10.20	\$0.85	\$2.55
Papel higiénico industrial	12	\$1.50	\$18.00	\$1.50	\$4.50
Alcohol industrial 4LT	3	\$5.00	\$15.00	\$1.25	\$3.75
Gel antibacterial LT	12	\$3.50	\$42.00	\$3.50	\$10.50
Otros Costos			\$3,720.00	\$310.00	\$930.00
Auditoría	1	\$2,000.00	\$2,000.00	\$166.67	\$500.00
Produbanco	1	\$420.00	\$420.00	\$35.00	\$105.00
Logística	1	\$500.00	\$500.00	\$41.67	\$125.00
Fiduciaria	1	\$800.00	\$800.00	\$66.67	\$200.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$29,219.83	\$2,434.99	\$7,304.96
Arriendo de oficina			\$1,800.00	\$150.00	\$450.00

Arriendo	12	\$150.00	\$1,800.00	\$150.00	\$450.00
Sueldos y salarios			\$26,628.60	\$2,219.05	\$6,657.15
Gerente	12	\$905.88	\$10,870.60	\$905.88	\$2,717.65
Contador	12	\$718.91	\$8,626.90	\$718.91	\$2,156.73
Jefe de marketing	12	\$594.26	\$7,131.10	\$594.26	\$1,782.78
Servicios Básicos			\$400.74	\$33.40	\$100.19
Electricidad	564	\$0.12	\$67.68	\$5.64	\$16.92
Agua	138	\$0.72	\$99.36	\$8.28	\$24.84
Teléfono	6	\$8.95	\$53.70	\$4.48	\$13.43
Internet	6	\$30.00	\$180.00	\$15.00	\$45.00
Suministros de Limpieza			\$129.69	\$10.81	\$32.42
Escobas	3	\$2.50	\$7.50	\$0.63	\$1.88
Trapeadores	3	\$3.00	\$9.00	\$0.75	\$2.25
Franelas	6	\$0.50	\$3.00	\$0.25	\$0.75
Toallas de mano	6	\$0.99	\$5.94	\$0.50	\$1.49
Cloro líquido envasado 4LT	3	\$3.50	\$10.50	\$0.88	\$2.63
Ambiental en spray 450c3	3	\$2.85	\$8.55	\$0.71	\$2.14
Desinfectante envasado de 4LT	3	\$3.40	\$10.20	\$0.85	\$2.55
Papel higiénico industrial	12	\$1.50	\$18.00	\$1.50	\$4.50
Alcohol industrial 4LT	3	\$5.00	\$15.00	\$1.25	\$3.75
Gel antibacterial LT	12	\$3.50	\$42.00	\$3.50	\$10.50
Materiales de Oficina			\$260.80	\$21.73	\$65.20
Paquete de hojas resmas	48	\$3.40	\$163.20	\$13.60	\$40.80
Bolígrafos	24	\$0.65	\$15.60	\$1.30	\$3.90
Grapadoras	8	\$1.50	\$12.00	\$1.00	\$3.00
Perforadoras	8	\$2.00	\$16.00	\$1.33	\$4.00
Cajas de grapas	24	\$1.25	\$30.00	\$2.50	\$7.50
Cajas de clips	24	\$1.00	\$24.00	\$2.00	\$6.00
GASTOS DE VENTAS			\$8,046.00	\$670.50	\$2,011.50
Publicidad			\$8,046.00	\$670.50	\$2,011.50
Tarjetas de presentación	200	\$0.32	\$768.00	\$64.00	\$192.00
Volantes	300	\$0.23	\$828.00	\$69.00	\$207.00
Pancarta o cartel publicitario	1	\$1,350.00	\$1,350.00	\$112.50	\$337.50
Banners publicitarios en internet y redes sociales	1	\$5,100.00	\$5,100.00	\$425.00	\$1,275.00
Total			\$50,073.41	\$5,822.78	\$17,468.35

Elaborado por: El Autor

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1 Sueldos y salarios.

Cabe mencionar que para el cálculo de la mano de obra y los gastos en sueldos en los que se debe incurrir, se podrá hacer uso de un anexo que realiza los cálculos automáticos para el efecto. Dicho anexo se lo presenta a continuación:

Tabla 67

Cálculo de sueldos y salarios del primer año.

Personal	# Trab.	Sueldo	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	IECE 0.5%	SECAP 0.5%	IESS Aporte Patronal	Compon. Salarial	Sueldo Mensual	Sueldo Año 1
								11.15%			
PERSONAL ADMINISTRATIVO	2	\$1,700.00	\$141.67	\$100.00	\$70.83	\$8.50	\$8.50	\$189.55	\$519.05	\$2,219.05	\$26,628.60
Gerente	1	\$700.00	\$58.33	\$33.33	\$29.17	\$3.50	\$3.50	\$78.05	\$205.88	\$905.88	\$10,870.60
Contador	1	\$550.00	\$45.83	\$33.33	\$22.92	\$2.75	\$2.75	\$61.33	\$168.91	\$718.91	\$8,626.90
Jefe de marketing	1	\$450.00	\$37.50	\$33.33	\$18.75	\$2.25	\$2.25	\$50.18	\$144.26	\$594.26	\$7,131.10
PERSONAL OPERATIVO	2	\$425.00	\$35.42	\$33.33	\$17.71	\$2.13	\$2.13	\$47.39	\$138.10	\$563.10	\$6,757.15
Atención al cliente	1	\$425.00	\$35.42	\$33.33	\$17.71	\$2.13	\$2.13	\$47.39	\$138.10	\$563.10	\$6,757.15
TOTAL DE SUELDOS	4	\$2,125.00	\$177.08	\$133.33	\$88.54	\$10.63	\$10.63	\$236.94	\$657.15	\$2,782.15	\$33,385.75

Elaborado por: El Autor

5.3.1.1 Proyección de sueldos y salarios.

Tabla 68

Proyección de sueldos y salarios

Personal	# Trab.	Sueldo	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	IECE 0.5%	SECAP 0.5%	IESS Aporte Patronal	Fondo Reserva	Compon. Salarial	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
								11.15%	8.33%			
PERSONAL ADMINISTRATIVO	2	\$1,700.00	\$141.67	\$100.00	\$70.83	\$8.50	\$8.50	\$189.55	\$141.61	\$660.66	\$2,360.66	\$28,327.92
Gerente	1	\$700.00	\$58.33	\$33.33	\$29.17	\$3.50	\$3.50	\$78.05	\$58.31	\$264.19	\$964.19	\$11,570.32

Contador	1	\$550.00	\$45.83	\$33.33	\$22.92	\$2.75	\$2.75	\$61.33	\$45.82	\$214.72	\$764.72	\$9,176.68
Jefe de marketing	1	\$450.00	\$37.50	\$33.33	\$18.75	\$2.25	\$2.25	\$50.18	\$37.49	\$181.74	\$631.74	\$7,580.92
PERSONAL OPERATIVO	2	\$425.00	\$35.42	\$33.33	\$17.71	\$2.13	\$2.13	\$47.39	\$35.40	\$173.50	\$598.50	\$7,181.98
Atención al cliente	1	\$425.00	\$35.42	\$33.33	\$17.71	\$2.13	\$2.13	\$47.39	\$35.40	\$173.50	\$598.50	\$7,181.98
TOTAL DE SUELDOS	4	\$2,125.00	\$177.08	\$133.33	\$88.54	\$10.63	\$10.63	\$236.94	\$177.01	\$834.16	\$2,959.16	\$35,509.90

Elaborado por: El Autor

5.3.2 Depreciación.

La tabla de depreciación de los activos tangibles está hecha bajo el método de depreciación por línea recta, sin tomar en cuenta el valor residual, debido a que es un proyecto de inversión y las depreciaciones solo son proyectadas, no reales, por ende, no constan de valor residual al final de su vida útil.

Tabla 69

Cálculo de las depreciaciones

ACTIVO	AÑOS DE VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN	VALOR DEL BIEN	AÑO 1
Equipo de Cómputo	3	33.33%	\$3,342.00	\$1,114.00
Equipo de Oficina	10	10%	\$665.00	\$66.50
Muebles de Oficina	10	10%	\$1,999.00	\$199.90
TOTAL			\$6,006.00	\$1,380.40

Elaborado por: El Autor

5.3.3 Proyección de la depreciación.

El valor obtenido del cálculo de las depreciaciones deberá ser proyectado en el tiempo, con una particularidad, los cargos por depreciación a lo largo de la vida útil del proyecto serán los mismos, a excepción de los equipos de computación, cuya vida útil sólo es de tres años. Utilice el siguiente cuadro para proyectar la depreciación:

Tabla 70

Proyección de la depreciación.

ACTIVO	AÑOS VIDA ÚTIL	% DEPREC IACIÓN	VALOR DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de Cómputo	3	33.33%	\$3,342.00	\$1,114.00	\$1,114.00	\$1,114.00		
Equipo de Oficina	10	10%	\$665.00	\$66.50	\$66.50	\$66.50	\$66.50	\$66.50
Muebles de Oficina	10	10%	\$1,999.00	\$199.90	\$199.90	\$199.90	\$199.90	\$199.90
TOTAL			\$6,006.00	\$1,380.40	\$1,380.40	\$1,380.40	\$266.40	\$266.40

Elaborado por: El Autor

5.3.4 Detalle de costos.

Los gastos son aquellos valores que la entidad desembolsa para en el flujo cotidiano o normal de sus operaciones, los cuales surgen para poner en movimiento la operatividad de la misma. Dentro de ellos se encuentran los gastos de personal dirigidos al personal administrativo de la empresa, los gastos operativos necesario para el funcionamiento del flujo de trabajo y de operaciones diarias del ente, gastos administrativos dirigidos a cuidar y dar mantenimiento a los departamento o áreas administrativas y otros gastos tales como servicios básicos, de limpieza y publicidad.

Tabla 71*Detalle de costos.*

DETALLE	CANT.	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO FIJO ANUAL	COSTO VARIABLE ANUAL
Intereses generados por ahorros				\$207,120.35	\$17,260.03	\$207,120.35	
Interés por pagar	9920	Unidad	\$20.88	\$207,120.35	\$17,260.03	\$207,120.35	
Sueldos y salarios operativos				\$6,757.15	\$563.10	\$6,757.15	
Atención al cliente	12	Unidad	\$563.10	\$6,757.15	\$563.10	\$6,757.15	
Arriendo de área operativa				\$1,800.00	\$150.00	\$1,800.00	
Arriendo	12	Anual	\$150.00	\$1,800.00	\$150.00	\$1,800.00	
Servicios básicos del área operativa				\$400.74	\$33.40	\$400.74	
Electricidad	564	Unidad	\$0.12	\$67.68	\$5.64	\$67.68	
Agua	138	Unidad	\$0.72	\$99.36	\$8.28	\$99.36	
Teléfono	6	Unidad	\$8.95	\$53.70	\$4.48	\$53.70	
Internet	6	Unidad	\$30.00	\$180.00	\$15.00	\$180.00	
Suministros de limpieza del área operativa				\$129.69	\$10.81		\$129.69
Escobas	3	Unidad	\$2.50	\$7.50	\$0.63		\$7.50
Trapeadores	3	Unidad	\$3.00	\$9.00	\$0.75		\$9.00
Franelas	6	Unidad	\$0.50	\$3.00	\$0.25		\$3.00
Toallas de mano	6	Unidad	\$0.99	\$5.94	\$0.50		\$5.94
Cloro líquido envasado 4LT	3	Unidad	\$3.50	\$10.50	\$0.88		\$10.50
Ambiental en spray 450c3	3	Unidad	\$2.85	\$8.55	\$0.71		\$8.55
Desinfectante envasado de 4LT	3	Unidad	\$3.40	\$10.20	\$0.85		\$10.20
Papel higiénico industrial	12	Unidad	\$1.50	\$18.00	\$1.50		\$18.00
Alcohol industrial 4LT	3	Unidad	\$5.00	\$15.00	\$1.25		\$15.00
Gel antibacterial LT	12	Unidad	\$3.50	\$42.00	\$3.50		\$42.00

Otros Costos				\$3,720.00	\$310.00	\$3,720.00
Auditoría	1	Unidad	\$2,000.00	\$2,000.00	\$166.67	\$2,000.00
Produbanco	1	Unidad	\$420.00	\$420.00	\$35.00	\$420.00
Logística	1	Unidad	\$500.00	\$500.00	\$41.67	\$500.00
Fiduciaria	1	Unidad	\$800.00	\$800.00	\$66.67	\$800.00
Depreciación bienes operativos				\$690.20	\$57.52	\$690.20
Equipo de Cómputo	1	Unidad	\$557.00	\$557.00	\$46.42	\$557.00
Equipo de Oficina	1	Unidad	\$33.25	\$33.25	\$2.77	\$33.25
Muebles de Oficina	1	Unidad	\$99.95	\$99.95	\$8.33	\$99.95
COSTOS TOTALES				\$220,618.13	\$18,384.84	\$220,488.44
						\$129.69

Elaborado por: el Autor

5.3.5 Proyección costos.

De la misma forma como realizamos la proyección para los costos, se hace menester proyectar los gastos en el tiempo, obteniendo el valor del gasto mensual ya solo una operación de multiplicación proyectará los gastos a lo largo de la vida útil del proyecto. Vale mencionar que la clasificación entre gastos fijos y variables contribuirá en la obtención del punto de equilibrio.

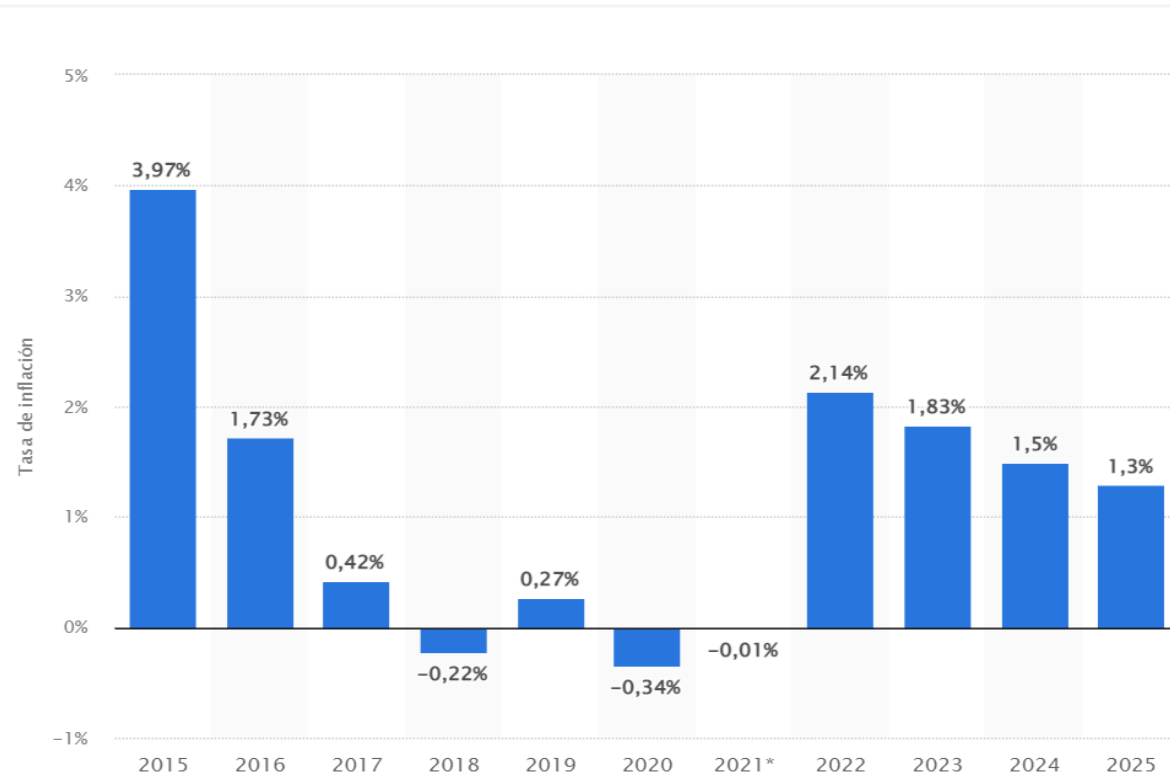
Para la cuenta de intereses generados por ahorros no se consideró el índice inflacionario, ya que estos crecen en proporción al crecimiento de adherentes, que se estima en 5% cada año según datos del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) en cuanto al nivel de afiliación de personas del sector privado, este es el indicador utilizado para calcular los futuros ingresos.

Para la determinación de los porcentajes inflacionarios para los siguientes años, se consideró los datos brindados por el portal Statista (2022), el cual determina que para el segundo año la inflación anual es de 2,14%, 1,83% para el tercer año y 1,50% para el cuarto y 1,30% para el quinto año.

A continuación se presenta la tabla de donde se obtuvieron los datos inflacionarios:

Figura 9

Proyección de la inflación para los siguientes 5 años



Fuente: Statista 2022

Elaborado por: Statista 2022

Tabla 72

Proyección de costos

DETALLE	CANT.	UNIDAD	COSTO UNIT.	COSTO ANUAL AÑO 1	COSTO ANUAL AÑO 2	COSTO ANUAL AÑO 3	COSTO ANUAL AÑO 4	COSTO ANUAL AÑO 5
INFLACIÓN					2.14%	1.83%	1.50%	1.30%
Intereses generados por ahorros				\$207,120.35	\$217,476.36	\$228,350.18	\$239,767.69	\$251,756.07
Interés por pagar	9920	Unidad	\$20.88	\$207,120.35	\$217,476.36	\$228,350.18	\$239,767.69	\$251,756.07
Sueldos y salarios operativos				\$6,757.15	\$7,335.67	\$7,469.92	\$7,581.97	\$7,680.53
Atención al cliente	12	Unidad	\$563.10	\$6,757.15	\$7,335.67	\$7,469.92	\$7,581.97	\$7,680.53
Arriendo de área operativa				\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00
Arriendo	12	Anual	\$150.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00
Servicios básicos del área operativa				\$400.74	\$409.32	\$416.81	\$423.06	\$428.56
Electricidad	564	Unidad	\$0.12	\$67.68	\$69.13	\$70.39	\$71.45	\$72.38
Agua	138	Unidad	\$0.72	\$99.36	\$101.49	\$103.34	\$104.89	\$106.26
Teléfono	6	Unidad	\$8.95	\$53.70	\$54.85	\$55.85	\$56.69	\$57.43
Internet	6	Unidad	\$30.00	\$180.00	\$183.85	\$187.22	\$190.02	\$192.50
Suministros de limpieza del área operativa				\$129.69	\$132.47	\$134.89	\$136.91	\$138.69
Escobas	3	Unidad	\$2.50	\$7.50	\$7.66	\$7.80	\$7.92	\$8.02
Trapeadores	3	Unidad	\$3.00	\$9.00	\$9.19	\$9.36	\$9.50	\$9.62
Franelas	6	Unidad	\$0.50	\$3.00	\$3.06	\$3.12	\$3.17	\$3.21
Toallas de mano	6	Unidad	\$0.99	\$5.94	\$6.07	\$6.18	\$6.27	\$6.35
Cloro líquido envasado 4LT	3	Unidad	\$3.50	\$10.50	\$10.72	\$10.92	\$11.08	\$11.23
Ambiental en spray 450c3	3	Unidad	\$2.85	\$8.55	\$8.73	\$8.89	\$9.03	\$9.14
Desinfectante envasado de 4LT	3	Unidad	\$3.40	\$10.20	\$10.42	\$10.61	\$10.77	\$10.91
Papel higiénico industrial	12	Unidad	\$1.50	\$18.00	\$18.39	\$18.72	\$19.00	\$19.25
Alcohol industrial 4LT	3	Unidad	\$5.00	\$15.00	\$15.32	\$15.60	\$15.84	\$16.04

Gel antibacterial LT	12	Unidad	\$3.50	\$42.00	\$42.90	\$43.68	\$44.34	\$44.92
Otros Costos				\$3,720.00	\$3,720.00	\$3,720.00	\$3,720.00	\$3,720.00
Auditoría	1	Unidad	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00
Produbanco	1	Unidad	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00
Logística	1	Unidad	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00
Fiduciaria	1	Unidad	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00
Depreciación bienes operativos				\$690.20	\$690.20	\$690.20	\$133.20	\$133.20
Equipo de Cómputo	1	Unidad	\$557.00	\$557.00	\$557.00	\$557.00	\$0.00	\$0.00
Equipo de Oficina	1	Unidad	\$33.25	\$33.25	\$33.25	\$33.25	\$33.25	\$33.25
Muebles de Oficina	1	Unidad	\$99.95	\$99.95	\$99.95	\$99.95	\$99.95	\$99.95
COSTOS TOTALES				\$220,618.13	\$231,564.02	\$242,581.99	\$253,562.83	\$265,657.06

Elaborado por: El Autor

5.3.6 Detalle de gastos

Tabla 73

Detalle de gastos

DETALLE	CANT.	UNIDAD	VALOR UNIT.	GASTO ANUAL	GASTO MENSUAL	FRECUENCIA MENSUAL DE GASTO
GASTOS ADMINISTRATIVOS				\$32,633.03	\$2,719.42	
Sueldos y salarios				\$26,628.60	\$2,219.05	100.00%
Gerente	12	Mensual	\$905.88	\$10,870.60	\$905.88	40.82%
Contador	12	Mensual	\$718.91	\$8,626.90	\$718.91	32.40%
Jefe de marketing	12	Mensual	\$594.26	\$7,131.10	\$594.26	26.78%
Arriendo de oficina				\$1,800.00	\$150.00	100.00%
Arriendo	12	Mensual	\$150.00	\$1,800.00	\$150.00	100.00%
Servicios Básicos				\$400.74	\$33.40	100.00%

Electricidad	564	Kw/hr	\$0.12	\$67.68	\$5.64	16.89%
Agua	138	mt3	\$0.72	\$99.36	\$8.28	24.79%
Teléfono	6	Mensual	\$8.95	\$53.70	\$4.48	13.40%
Internet	6	Mensual	\$30.00	\$180.00	\$15.00	44.92%
Suministros de Limpieza				\$129.69	\$10.81	100.00%
Escobas	3	Unidad	\$2.50	\$7.50	\$0.63	5.78%
Trapeadores	3	Unidad	\$3.00	\$9.00	\$0.75	6.94%
Franelas	6	Unidad	\$0.50	\$3.00	\$0.25	2.31%
Toallas de mano	6	Unidad	\$0.99	\$5.94	\$0.50	4.58%
Cloro líquido envasado 4LT	3	Unidad	\$3.50	\$10.50	\$0.88	8.10%
Ambiental en spray 450c3	3	Unidad	\$2.85	\$8.55	\$0.71	6.59%
Desinfectante envasado de 4LT	3	Unidad	\$3.40	\$10.20	\$0.85	7.86%
Papel higiénico industrial	12	Unidad	\$1.50	\$18.00	\$1.50	13.88%
Alcohol industrial 4LT	3	Unidad	\$5.00	\$15.00	\$1.25	11.57%
Gel antibacterial LT	12	Unidad	\$3.50	\$42.00	\$3.50	32.38%
Materiales de Oficina				\$260.80	\$21.73	100.00%
Paquete de hojas resmas	48	Unidad	\$3.40	\$163.20	\$13.60	62.58%
Bolígrafos	24	Unidad	\$0.65	\$15.60	\$1.30	5.98%
Grapadoras	8	Unidad	\$1.50	\$12.00	\$1.00	4.60%
Perforadoras	8	Unidad	\$2.00	\$16.00	\$1.33	6.13%
Cajas de grapas	24	Unidad	\$1.25	\$30.00	\$2.50	11.50%
Cajas de clips	24	Unidad	\$1.00	\$24.00	\$2.00	9.20%
Depreciación de bienes administrativos				\$690.20	\$57.52	100.00%
Equipo de Cómputo	1	Unidad	\$557.00	\$557.00	\$46.42	80.70%
Equipo de Oficina	1	Unidad	\$33.25	\$33.25	\$2.77	4.82%
Muebles de Oficina	1	Unidad	\$99.95	\$99.95	\$8.33	14.48%
Gastos de constitución				\$2,723.00	\$226.92	100.00%
Escritura de Constitución	1	Unidad	\$850.00	\$850.00	\$70.83	31.22%

Cuenta de Integración de Capital	1	Unidad	\$527.00	\$527.00	\$43.92	19.35%
Licencia Única de Actividades Económicas	1	Unidad	\$80.00	\$80.00	\$6.67	2.94%
Tasa de inscripción en el Registro de la marca	1	Unidad	\$286.00	\$286.00	\$23.83	10.50%
Pago de patentes municipales	1	Unidad	\$110.00	\$110.00	\$9.17	4.04%
Pago de tasa permiso de Cuerpo de Bomberos	1	Unidad	\$75.00	\$75.00	\$6.25	2.75%
Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil	1	Unidad	\$45.00	\$45.00	\$3.75	1.65%
Horarios profesionales abogado	1	Unidad	\$750.00	\$750.00	\$62.50	27.54%
GASTOS DE VENTAS				\$8,046.00	\$670.50	
Publicidad				\$8,046.00	\$670.50	100.00%
Tarjetas de presentación	200	Unidad	\$0.32	\$768.00	\$64.00	9.55%
Volantes	300	Unidad	\$0.23	\$828.00	\$69.00	10.29%
Pancarta o cartel publicitario	1	Contrato	\$1,350.00	\$1,350.00	\$112.50	16.78%
Banners publicitarios en internet y redes sociales	1	Contrato	\$5,100.00	\$5,100.00	\$425.00	63.39%
GASTOS TOTALES				\$40,679.03	\$3,389.92	

Elaborado por: El Autor

5.3.7 Proyección de gastos

Tabla 74

Proyección de gastos.

	CANT.	UNIDAD	VALOR UNIT.	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL AÑO 1	GASTO ANUAL AÑO 2	GASTO ANUAL AÑO 3	GASTO ANUAL AÑO 4	GASTO ANUAL AÑO 5
INFLACIÓN						2.14%	1.83%	1.50%	1.30%
GASTOS ADMINISTRATIVOS				\$2,719.42	\$32,633.03	\$32,232.50	\$32,776.78	\$32,674.08	\$33,073.71
Sueldos y salarios				\$2,219.05	\$26,628.60	\$28,934.14	\$29,463.63	\$29,905.59	\$30,294.36
Gerente	12	Mensual	\$905.88	\$905.88	\$10,870.60	\$11,817.92	\$12,034.19	\$12,214.71	\$12,373.50
Contador	12	Mensual	\$718.91	\$718.91	\$8,626.90	\$9,373.06	\$9,544.59	\$9,687.76	\$9,813.70

Jefe de marketing	12	Mensual	\$594.26	\$594.26	\$7,131.10	\$7,743.15	\$7,884.85	\$8,003.12	\$8,107.16
Arriendo de oficina				\$150.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00
Arriendo	12	Mensual	\$150.00	\$150.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00
Servicios Básicos				\$33.40	\$400.74	\$409.32	\$416.81	\$423.06	\$428.56
Electricidad	564	Kw/hr	\$0.12	\$5.64	\$67.68	\$69.13	\$70.39	\$71.45	\$72.38
Agua	138	mt3	\$0.72	\$8.28	\$99.36	\$101.49	\$103.34	\$104.89	\$106.26
Teléfono	6	Mensual	\$8.95	\$4.48	\$53.70	\$54.85	\$55.85	\$56.69	\$57.43
Internet	6	Mensual	\$30.00	\$15.00	\$180.00	\$183.85	\$187.22	\$190.02	\$192.50
Suministros de Limpieza				\$10.81	\$129.69	\$132.47	\$134.89	\$136.91	\$138.69
Escobas	3	Unidad	\$2.50	\$0.63	\$7.50	\$7.66	\$7.80	\$7.92	\$8.02
Trapeadores	3	Unidad	\$3.00	\$0.75	\$9.00	\$9.19	\$9.36	\$9.50	\$9.62
Franelas	6	Unidad	\$0.50	\$0.25	\$3.00	\$3.06	\$3.12	\$3.17	\$3.21
Toallas de mano	6	Unidad	\$0.99	\$0.50	\$5.94	\$6.07	\$6.18	\$6.27	\$6.35
Cloro líquido envasado 4LT	3	Unidad	\$3.50	\$0.88	\$10.50	\$10.72	\$10.92	\$11.08	\$11.23
Ambiental en spray 450c3	3	Unidad	\$2.85	\$0.71	\$8.55	\$8.73	\$8.89	\$9.03	\$9.14
Desinfectante envasado de 4LT	3	Unidad	\$3.40	\$0.85	\$10.20	\$10.42	\$10.61	\$10.77	\$10.91
Papel higiénico industrial	12	Unidad	\$1.50	\$1.50	\$18.00	\$18.39	\$18.72	\$19.00	\$19.25
Alcohol industrial 4LT	3	Unidad	\$5.00	\$1.25	\$15.00	\$15.32	\$15.60	\$15.84	\$16.04
Gel antibacterial LT	12	Unidad	\$3.50	\$3.50	\$42.00	\$42.90	\$43.68	\$44.34	\$44.92
Materiales de Oficina				\$21.73	\$260.80	\$266.38	\$271.26	\$275.32	\$278.90
Paquete de hojas resmas	48	Unidad	\$3.40	\$13.60	\$163.20	\$166.69	\$169.74	\$172.29	\$174.53
Bolígrafos	24	Unidad	\$0.65	\$1.30	\$15.60	\$15.93	\$16.23	\$16.47	\$16.68
Grapadoras	8	Unidad	\$1.50	\$1.00	\$12.00	\$12.26	\$12.48	\$12.67	\$12.83
Perforadoras	8	Unidad	\$2.00	\$1.33	\$16.00	\$16.34	\$16.64	\$16.89	\$17.11
Cajas de grapas	24	Unidad	\$1.25	\$2.50	\$30.00	\$30.64	\$31.20	\$31.67	\$32.08
Cajas de clips	24	Unidad	\$1.00	\$2.00	\$24.00	\$24.51	\$24.96	\$25.34	\$25.67
Depreciación de bienes administrativos				\$57.52	\$690.20	\$690.20	\$690.20	\$133.20	\$133.20
Equipo de Cómputo	1	Unidad	\$557.00	\$46.42	\$557.00	\$557.00	\$557.00	\$0.00	\$0.00

Equipo de Oficina	1	Unidad	\$33.25	\$2.77	\$33.25	\$33.25	\$33.25	\$33.25	\$33.25
Muebles de Oficina	1	Unidad	\$99.95	\$8.33	\$99.95	\$99.95	\$99.95	\$99.95	\$99.95
Gastos de constitución				\$226.92	\$2,723.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Escritura de Constitución	1	Unidad	\$850.00	\$70.83	\$850.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Cuenta de Integración de Capital	1	Unidad	\$527.00	\$43.92	\$527.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Licencia Única de Actividades Económicas	1	Unidad	\$80.00	\$6.67	\$80.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Tasa de inscripción en el Registro de la marca	1	Unidad	\$286.00	\$23.83	\$286.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Pago de patentes municipales	1	Unidad	\$110.00	\$9.17	\$110.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Pago de tasa permiso de Cuerpo de Bomberos	1	Unidad	\$75.00	\$6.25	\$75.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil	1	Unidad	\$45.00	\$3.75	\$45.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Horarios profesionales abogado	1	Unidad	\$750.00	\$62.50	\$750.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
GASTOS DE VENTAS				\$670.50	\$8,046.00	\$8,080.15	\$8,109.99	\$8,134.89	\$8,156.79
Publicidad				\$670.50	\$8,046.00	\$8,080.15	\$8,109.99	\$8,134.89	\$8,156.79
Tarjetas de presentación	200	Unidad	\$0.32	\$64.00	\$768.00	\$784.44	\$798.79	\$810.77	\$821.31
Volantes	300	Unidad	\$0.23	\$69.00	\$828.00	\$845.72	\$861.20	\$874.11	\$885.48
Pancarta o cartel publicitario	1	Contrato	\$1,350.00	\$112.50	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00
Banners publicitarios en internet y redes sociales	1	Contrato	\$5,100.00	\$425.00	\$5,100.00	\$5,100.00	\$5,100.00	\$5,100.00	\$5,100.00
GASTOS TOTALES				\$3,389.92	\$40,679.03	\$40,312.65	\$40,886.77	\$40,808.97	\$41,230.50

Elaborado por: El Autor

5.4 Plan de Financiamiento

El plan de financiamiento busca las formas en que se puede recaudar el dinero para iniciar las operaciones, usualmente en este tipo de proyectos de inversión es común utilizar los recursos propios de los socios a manera de aportaciones a una tasa mínima atractiva fijada por los socios. Así como el usar una fuente de financiamiento externa como un crédito bancario.

5.4.1 Forma de financiamiento.

Para este proyecto de inversión se utilizará únicamente el aporte de los socios, dos socios como fuente de financiamiento del 100% de la inversión necesaria para cubrir el inicio de las operaciones de la empresa.

Tabla 75

Forma de financiamiento.

DETALLE	VALOR	%	(TMAR) Tasa Mínima Atractiva
Capital Propio	\$ 28,104.05	100%	8.70%
TOTAL	\$28,104.05	100%	8.70%

Elaborado por: El Autor

5.5 Cálculo de Ingresos

Los ingresos corresponden al total de las aportaciones que los clientes entregan a la empresa fiduciaria para que los mismo estén resguardados por la empresa y generen de manera constante un rédito a una tasa de interés previamente establecida por la empresa fiduciaria.

Tabla 76*Determinación del interés generado por conceptos de créditos*

CONCEPTO	% ADHERENTES INTERESADOS	TOTAL DE ADHERENTES INTERESADOS	MONTO MÍNIMO	TOTAL PRESTADO	TASA DE INTERÉS	INTERÉS GENERADO CRÉDITO
Crédito para consumos generales	60.00%	1369	\$650.00	\$889,784.24	15.20%	\$135,247.20
Crédito de apalancamiento para vivienda	40.00%	913	\$1,500.00	\$1,368,898.84	10%	\$136,889.88
Total		2281		\$2,258,683.08		\$272,137.09

*Elaborado por: El Autor***Tabla 77***Determinación del interés generado por concepto de depósitos de ahorros*

CONCEPTO	TOTAL DE ADHERENTES INTERESADOS	MONTO MÍNIMO	TOTAL DEPOSITADO	TASA DE INTERÉS	INTERÉS GENERADO AHORRO
Depósitos de ahorros de adherentes mensuales	9920	\$20.00	\$2,380,693.63	8.70%	\$207,120.35
Total			\$2,380,693.63		\$207,120.35

*Elaborado por: EL Autor***Tabla 78***Determinación de la utilidad por concepto de intereses cobrados*

CONCEPTO	INGRESOS	COSTOS	UTILIDAD
Crédito para consumos generales	\$135,247.20	\$124,272.21	\$10,975.00
Crédito de apalancamiento para vivienda	\$136,889.88	\$82,848.14	\$54,041.75
Total	\$272,137.09	\$207,120.35	\$65,016.74

Elaborado por: El Autor

5.5.1 Proyección de ingresos.

Previamente obtenido el precio de los servicios y la cantidad de clientes que se espera por año, se procede a realizar la proyección para el horizonte del proyecto, el cual es para 5 años. Durante este horizonte del proyecto se aplicará una tasa de inflación para los costos y un porcentaje de incremento de número de afiliados en el sector privado, que para el 2021 fue del 5% según el IESS.

Tabla 79

Proyección de ingresos.

CONCEPTO	ADHERENTES AÑO 1	MONTO MÍNIMO	TOTAL	TASA DE INTERÉS	INTERÉS GENERADO	ADHERENTES AÑO 2	MONTO MÍNIMO	TOTAL	TASA DE INTERÉS	INTERÉS GENERADO
Crecimiento de afiliados al IESS sector privado						5.00%				
Créditos	2281		\$2,258,683.08		\$272,137.09	2396		\$2,371,617.23		\$285,743.94
Crédito para consumos generales	1369	\$650.00	\$889,784.24	15.20%	\$135,247.20	1437	\$650.00	\$934,273.46	15.20%	\$142,009.57
Crédito de apalancamiento para vivienda	913	\$1,500.00	\$1,368,898.84	10%	\$136,889.88	958	\$1,500.00	\$1,437,343.78	10.00%	\$143,734.38
Ahorros	9920		\$2,380,693.63		\$207,120.35	10416		\$2,499,728.31		\$217,476.36
Ahorro mensual de adherentes	9920	\$20.00	\$2,380,693.63	8.70%	\$207,120.35	10416	\$20.00	\$2,499,728.31	8.70%	\$217,476.36
Total Intereses Ganados					\$65,016.74					\$68,267.58

CONCEPTO	ADHERENTES AÑO 3	MONTO MÍNIMO	TOTAL	TASA DE INTERÉS	INTERÉS GENERADO	ADHERENTES AÑO 4	MONTO MÍNIMO	TOTAL	TASA DE INTERÉS	INTERÉS GENERADO
----------	------------------	--------------	-------	-----------------	------------------	------------------	--------------	-------	-----------------	------------------

Crecimiento de afiliados al IESS sector privado		5.00%		5.00%		
Créditos	2515	\$2,490,198.09	\$300,031.14	2641	\$2,614,708.00	\$315,032.70
Crédito para consumos generales	1509	\$650.00 \$980,987.13	15.20%	\$149,110.04	1585 \$650.00 \$1,030,036.48	15.20% \$156,565.55
Crédito de apalancamiento vivienda	1006	\$1,500.00 \$1,509,210.97	10%	\$150,921.10	1056 \$1,500.00 \$1,584,671.51	10% \$158,467.15
Ahorros	10936	\$2,624,714.72	\$228,350.18	11483	\$2,755,950.46	\$239,767.69
Ahorro mensual de adherentes	10936	\$20.00 \$2,624,714.72	8.70%	\$228,350.18	11483 \$20.00 \$2,755,950.46	8.70% \$239,767.69
Total Intereses Ganados				\$71,680.96		\$75,265.01

CONCEPTO	ADHERENTES AÑO 5	MONTO MÍNIMO	TOTAL	TASA DE INTERÉS	INTERÉS GENERADO
Crecimiento de afiliados al IESS sector privado	5.00%				
Créditos	2773		\$2,745,443.40		\$330,784.33
Crédito para consumos generales	1664	\$650.00	\$1,081,538.31	15.20%	\$164,393.82
Crédito de apalancamiento para vivienda	1109	\$1,500.00	\$1,663,905.09	10%	\$166,390.51
Ahorros	12057		\$2,893,747.98		\$251,756.07
Ahorro mensual de adherentes	12057	\$20.00	\$2,893,747.98	8.70%	\$251,756.07
Total Intereses Ganados					\$79,028.26

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS

Elaborado por: El Autor

5.6 Punto de Equilibrio

“Es el volumen mínimo de producción y ventas que la empresa debe realizar para cubrir los costos y gastos que genera, se expresa en unidades y en dólares” (Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017, pág. 122).

Su significado como tal, no solo hace referencia al punto de equilibrio entre costos y ventas en donde no hay ni ganancias ni pérdidas, ya sean a nivel monetarios o de bienes físicos. Sino que hace referencia cualquier equilibrio entre dos o más situaciones que mediante una fórmula o por interpolación, se alcanza un estado de equilibrio entre las partes.

Tabla 80

Cálculos del punto de equilibrio.

DETALLE		DATOS
INGRESO PROMEDIO POR PRÉSTAMOS A ADHERENTES		\$119.28
NÚMERO DE ADHERENTES QUE SOLICITAN CRÉDITOS		2281
INGRESO TOTAL		\$272,137.09
COSTO FIJO TOTAL		\$220,488.44
COSTO VARIABLE TOTAL		\$129.69
COSTO VARIABLE UNITARIO=(CVT) / CLIENTES	\$0.06	
CANTIDAD DE EQUILIBRIO=CFT/(P-CVU)	1849	Adherentes
VALOR MONETARIO DE EQUILIBRIO	\$220,593.56	Unidades monetarias

Elaborado por: El Autor

Las fórmulas para calcular el punto de equilibrio son las siguientes:

$$1. PE \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

$$2. PE u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$3. PE \% = \frac{PE \$}{IT} 100$$

Donde:

Costos Variables (CV)

Costos Fijos (CF)

Costos Totales (CT)

Ingresos Totales (IT)

Número de unidades vendidas (UV)

Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

Tabla 81*Límites del punto de equilibrio.*

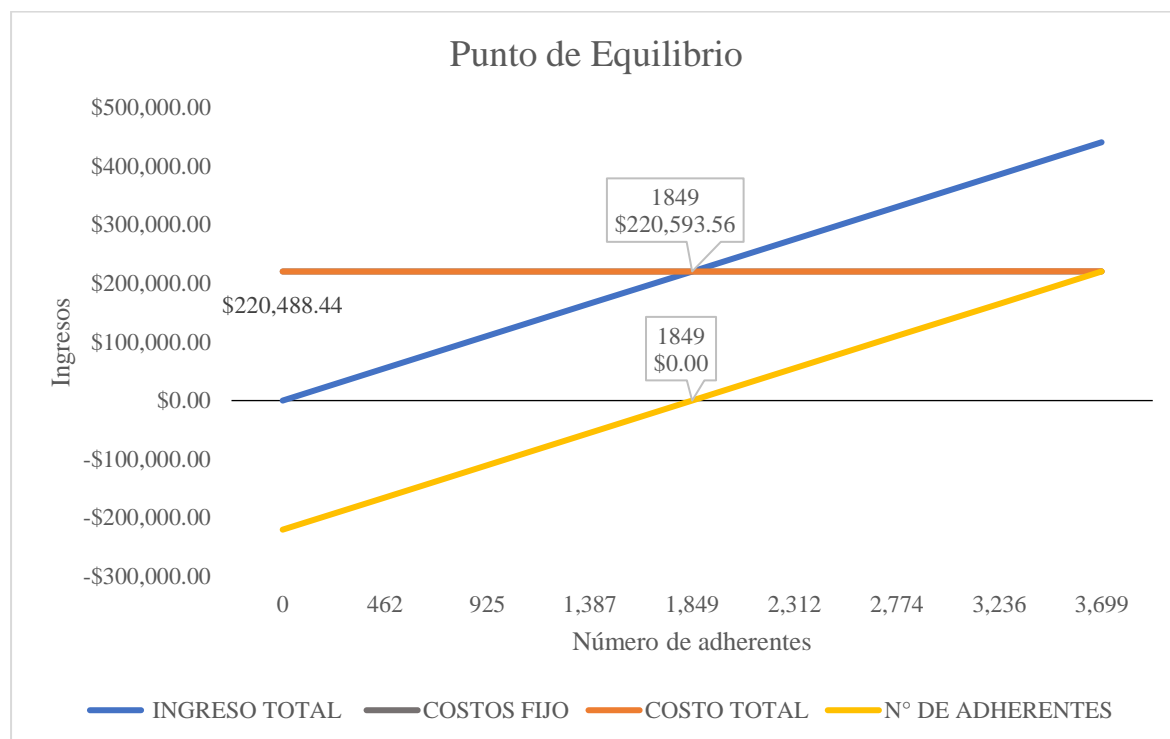
PRECIO	N° DE ADHERENTES	INGRESO TOTAL	COSTOS FIJO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL	UTILIDAD/ PERDIDA	
\$119.28	0	\$0.00	\$220,488.44	\$0.06	\$0.00	\$220,488.44	-\$220,488.44	
\$119.28	462	\$55,148.39	\$220,488.44	\$0.06	\$26.28	\$220,514.72	-\$165,366.33	PÉRDIDA
\$119.28	925	\$110,296.78	\$220,488.44	\$0.06	\$52.56	\$220,541.00	-\$110,244.22	
\$119.28	1387	\$165,445.17	\$220,488.44	\$0.06	\$78.84	\$220,567.28	-\$55,122.11	
\$119.28	1849	\$220,593.56	\$220,488.44	\$0.06	\$105.13	\$220,593.56	\$0.00	
\$119.28	2312	\$275,741.95	\$220,488.44	\$0.06	\$131.41	\$220,619.84	\$55,122.11	GANANCIA
\$119.28	2774	\$330,890.34	\$220,488.44	\$0.06	\$157.69	\$220,646.13	\$110,244.22	
\$119.28	3236	\$386,038.73	\$220,488.44	\$0.06	\$183.97	\$220,672.41	\$165,366.33	
\$119.28	3699	\$441,187.12	\$220,488.44	\$0.06	\$210.25	\$220,698.69	\$220,488.44	

Elaborado por: El Autor

Para el análisis del punto de equilibrio en donde los ingresos y los costos tienen la misma cantidad, y por ende no existe ni pérdida ni ganancias, se necesita dividir los costos variables para el número de cliente obteniendo así el costo variable unitario. De igual forma, para obtener la cantidad de equilibrio se dividen los costos fijos para la resta entre precio de la inversión mínima y el costo variable unitario

Ilustración 21

Gráfica del punto de equilibrio.



Elaborado por: El Autor

5.7 Estado de Resultados Proyectado

Este instrumento financiero sirve para tener un control de los ingresos y egresos entre los que tenemos: costos fijos, variables, depreciación y gastos de constitución, los cuales la empresa incurre en el flujo normal de sus operaciones, así como para determinar la utilidad al final del ejercicio económico.

Tabla 82

Estado de resultados proyectados.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$272,137.09	\$285,743.94	\$300,031.14	\$315,032.70	\$330,784.33
(-) Costos	\$220,618.13	\$231,564.02	\$242,581.99	\$253,562.83	\$265,657.06
Utilidad bruta en ventas	\$51,518.96	\$54,179.92	\$57,449.15	\$61,469.87	\$65,127.28
(-) Gastos de ventas	\$8,046.00	\$8,080.15	\$8,109.99	\$8,134.89	\$8,156.79
Utilidad neta en ventas	\$43,472.96	\$46,099.77	\$49,339.16	\$53,334.98	\$56,970.49
(-) Gastos administrativos	\$32,633.03	\$32,232.50	\$32,776.78	\$32,674.08	\$33,073.71
Utilidad Antes de					
Participaciones e Impuesto a la Renta	\$10,839.93	\$13,867.27	\$16,562.38	\$20,660.90	\$23,896.77
(-) 15% de Participación de trabajadores	\$1,625.99	\$2,080.09	\$2,484.36	\$3,099.14	\$3,584.52
Utilidad antes de Impuesto a	\$9,213.94	\$11,787.18	\$14,078.02	\$17,561.77	\$20,312.26

la Renta					
(-) 25% de Impuesto a la Renta	\$2,303.49	\$2,946.79	\$3,519.50	\$4,390.44	\$5,078.06
Utilidad Neta del Ejercicio	\$6,910.46	\$8,840.38	\$10,558.51	\$13,171.32	\$15,234.19

Elaborado por: El Autor

5.8 Flujo de Caja Proyectado

Los flujos de caja generados permitirán tener una visión clara de las entradas y salidas de efectivo durante toda la duración del proyecto que es para 5 años de horizonte del proyecto. De igual forma se puede tener una visión de las cuentas de ingresos y gastos que entran en juego al momento de determinar los entradas y salidas reales de efectivo de los cuales dependerá la aceptación de poner o no en marcha el proyecto de inversión.

Según Baca (2017), los flujos de caja cobran especial importancia en la evaluación de un proyecto, por lo tanto, se debe dedicar el mayor tiempo y esfuerzos en su elaboración.

Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que, como la depreciación y amortización, no constituyen una salida de dinero.

La evaluación de un proyecto de inversión necesita los flujos de caja o de efectivo, para en base a estos determinar los futuros ingresos y salidas de dinero como tal. Gracias a ellos se puede tener una idea general de los beneficios económicos que reportara el proyecto durante los meses o años que este siga en marcha.

“El resultado de todas estas entradas y salidas de dinero durante un tiempo considerado para medir la bondad financiera del proyecto (horizonte del proyecto) conforma el flujo de caja, que es el elemento básico para la evaluación financiera del proyecto” (Meza, 2017, pág. 24).

Los flujos de caja se componen de cuatro elementos básicos que los componen: ingresos y egresos de operación, egresos de inversión y valor de salvamento.

Tabla 83*Flujo de caja proyectado.*

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$272,137.09	\$285,743.94	\$300,031.14	\$315,032.70	\$330,784.33
Intereses ganados		\$272,137.09	\$285,743.94	\$300,031.14	\$315,032.70	\$330,784.33
EGRESOS OPERACIONALES	\$28,104.05	\$261,297.16	\$271,876.67	\$283,468.76	\$294,371.80	\$306,887.56
(-) Costos		\$220,618.13	\$231,564.02	\$242,581.99	\$253,562.83	\$265,657.06
(-) Gastos de ventas		\$8,046.00	\$8,080.15	\$8,109.99	\$8,134.89	\$8,156.79
(-) Gastos administrativos		\$32,633.03	\$32,232.50	\$32,776.78	\$32,674.08	\$33,073.71
Equipo de Cómputo	\$3,342.00					
Muebles de Oficina	\$1,999.00					
Equipo de Oficina	\$665.00					
Gastos de constitución	\$2,723.00					
Instalaciones y Adecuaciones	\$1,906.70					
CAPITAL DE TRABAJO	\$17,468.35					
Flujo Operacional	-\$28,104.05	\$10,839.93	\$13,867.27	\$16,562.38	\$20,660.90	\$23,896.77
INGRESOS NO OPERACIONALES		\$1,380.40	\$1,380.40	\$1,380.40	\$266.40	\$266.40
(+) Depreciaciones		\$1,380.40	\$1,380.40	\$1,380.40	\$266.40	\$266.40
EGRESOS NO OPERACIONALES		\$3,929.48	\$5,026.89	\$6,003.86	\$7,489.58	\$8,662.58
(-) 15% de Participación de trabajadores		\$1,625.99	\$2,080.09	\$2,484.36	\$3,099.14	\$3,584.52
(-) 25% de Impuesto a la Renta		\$2,303.49	\$2,946.79	\$3,519.50	\$4,390.44	\$5,078.06
FLUJO DE CAJA NO OPERACIONAL	\$0.00	-\$2,549.08	-\$3,646.49	-\$4,623.46	-\$7,223.18	-\$8,396.18
FLUJO NETO GENERADO	-\$28,104.05	\$8,290.86	\$10,220.78	\$11,938.91	\$13,437.72	\$15,500.59
SALDO INICIAL DE CAJA	\$17,468.35	-\$10,635.70	-\$2,344.84	\$7,875.94	\$19,814.86	\$33,252.58
SALDO FINAL DE CAJA	-\$10,635.70	-\$2,344.84	\$7,875.94	\$19,814.86	\$33,252.58	\$48,753.17

Elaborado por: el Autor

Existen diferentes puntos de vistas o perspectivas, que se pueden considerar al momento de la elaboración de los flujos de cajas. Por ello es importante especificar claramente el punto de vista desde el cual se realizará la evaluación del proyecto.

5.9 Evaluación Financiera

La evaluación financiera de un proyecto de inversión se mide a través de instrumentos de evaluación financiera, en los cuales se determinan cierto ratio o indicadores importantes para conocer cuál es la capacidad de generar ingresos durante los 5 años de duración del proyecto, así como conocer sus índices de rentabilidad, tasas internas de retorno, y rendimiento sobre el capital.

5.9.1 Indicadores Financieros.

Son aquellas herramientas financieras que se utilizan al momento de evaluar la condición y rentabilidad del proyecto, frente a diversas ratios predefinidas para determinar los niveles aceptables de rendimiento y las condiciones propicia para que un proyecto sea rentable o no.

5.9.1.1 Valor Actual Neto (VAN).

Es una medida económica que determina que tan rentable es el proyecto a lo largo de su horizonte de proyecto con respecto a la inversión inicial del mismo, trayendo así a un valor monetario presente los flujos de cajas proyectados.

La competencia de terceros como el fondo de comercio de Fideval que está 7% anual de rendimiento sobre la inversión, Diners Club que paga el 8% de rendimiento a 36 meses sobre una inversión de \$500.000 y la JEP que cotiza a un 7% anual de rendimiento sobre la inversión. Debido a que la competencia ofrece a ese tipo de tasas, se decide ofrecer una tasa más atractiva para los inversores que es al 8,70% de rendimiento anual mensualizado.

De esta manera se establece a la Tasa Mínima Atractiva (TMAR) que hayan solicitado los inversionistas para considerar el invertir su dinero en la creación del proyecto de inversión FIVA.

Tabla 84

Tasa Mínima atractiva (TMAR)

DETALLE	VALOR	%	(TMAR) Tasa Mínima atractiva
Capital Propio	\$ 23,144.24	100%	8,70%
TOTAL	\$ 23,144.24	100%	8,70%

Elaborado por: el Autor

Teniendo en cuenta lo anterior mencionado y una vez determinado el Costo Promedio Ponderado de Capital, Baca (2017), establece que:

El Valor Actual Neto (VAN) no es más que sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. Es claro que para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual dará por resultado que el VAN sea mayor que cero. (pág. 208)

Para calcular el Valor Actual Neto (VAN), se utiliza la misma fórmula que para calcular el TIR, con la diferencia de que la inversión inicial ya no va junto con los flujos netos generados de cada año, sino que pasa a ser sumada de manera independientemente en la fórmula.

Tabla 85

Valor Actual Neto (VAN).

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO NETO DE CAJA/(1+i)^n	FLUJOS ACTUALIZADOS
0	-\$28,104.05		
1	\$8,290.86	1.087	\$7,627.28
2	\$10,220.78	1.182	\$8,650.18
3	\$11,938.91	1.284	\$9,295.57
4	\$13,437.72	1.396	\$9,625.15
5	\$15,500.59	1.518	\$10,214.11
TOTAL DE FLUJO ACTUALIZADO			\$45,412.30
VAN	INVERSIÓN	+	FLUJOS ACTUALIZADOS
VAN	-\$28,104.05		\$45,412.30
VAN	\$17,308.25		EL PROYECTO SE ACEPTA PORQUE SU VAN ES MAYOR A 0

Elaborado por: El Autor

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

Si el proyecto genera un VAN mayor que cero, se entenderá de que el proyecto es rentable ya que generará ingresos superiores a los de la inversión inicial. Si por el contrario fuera negativo, o sea menor que cero. El proyecto sería rechazado, ya que se considera que este no está generando la cantidad suficiente de dinero para cubrir todos los gastos y la inversión inicial.

5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).

“Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Baca, 2017, pág. 209). Dicha conceptualización nos deja en claro, que: mientras el VAN nos da un valor monetario sobre el cual entendemos que tan rentable es un proyecto, el TIR solo nos da un valor porcentual que nos indica cual es la tasa mínima con la cual el proyecto logra recuperar su inversión inicial, y sobre la cual los inversionistas estarán dispuestos o no a invertir en dicho proyecto.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), lo obtenemos mediante la función VAN (Valor Actual Neto), que se encuentra integrada en el programa Excel de Microsoft. Para su cálculo se utiliza la tasa promedio ponderada y luego se selecciona la inversión inicial del proyecto, junto todos los flujos de efectivo netos generados durante lo que dure el horizonte del proyecto.

Tabla 86

Tasa Interna de retorno (TIR).

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO NETO DE CAJA/(1+TIR) ⁿ
0	-\$28,104.05	-\$28,104.05
1	\$8,290.86	\$6,491.89
2	\$10,220.78	\$6,266.54
3	\$11,938.91	\$5,731.66
4	\$13,437.72	\$5,051.41
5	\$15,500.59	\$4,562.55
TIR	27.71%	\$0.00

Elaborado por: El Autor

Si el Proyecto genera una TIR mayor que la tasa promedio ponderada de capital, el proyecto se entiende que es rentable y por ende es aceptado para que su ejecución se lleve a cabo. Si, por el contrario, el TIR fuera menor que la tasa promedio ponderada de capital, el proyecto dejaría de ser atractivo para los inversionistas que solicitan una tasa mínima para su inversión, por lo que el proyecto sería rechazado por los mismos.

La TIR Es la tasa ajustada de descuento en el cual todos los flujos netos generados igualan el monto inicial de la inversión y se mide a manera porcentual debido a que es en una tasa financiera.

Es así como, para este caso en concreto, tanto la TIR que es mayor que la Tasa Mínima Atractiva (8,70%) y el VAN que es mayor que 0. Denotan que el proyecto genera flujos de efectivo positivos y lo suficientemente solventes para cubrir todos los gastos y pagar todas las deudas contraídas, así mismo genera una cantidad suficiente de flujos netos, después de impuestos y demás, para que exista una buena porción de dichos ingresos a

repartirse entre los socios, o reinvertirse en el mismo proyecto

5.9.1.3 Beneficio Costo (B/C).

Es un indicador en el cual se mide la rentabilidad de todos los flujos generados con respecto a la inversión inicial del proyecto y se mide por encima de la unidad, cualquier número por encima de 1 significa que el proyecto es rentable y aceptable.

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos

VAC: Valor actual de la inversión inicial

Tabla 87

Beneficio Costo (B/C)

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
1	\$8,290.86	\$7,627.28
2	\$10,220.78	\$8,650.18
3	\$11,938.91	\$9,295.57
4	\$13,437.72	\$9,625.15
5	\$15,500.59	\$10,214.11
TOTAL	\$59,388.87	\$45,412.30
C/B	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS / INVERSIÓN INICIAL	
C/B	\$45,412.30	\$28,104.05
C/B	\$1.62	POR CADA DÓLAR INVERTIDO SE OBTIENE UN RENDIMIENTO DE 0.62 CENTAVOS

Elaborado por: El Autor

Al obtener el Costo Beneficio que fue de \$1.62 se realiza la interpretación del mismo, el cual establece que por cada dólar invertido en el fondo de inversiones, este genera de ganancia \$0.62 centavos.

5.9.1.4 Período de Recuperación (Payback).

Es una medida de control que indica en que tiempo se recupera la inversión inicial del proyecto, con respecto a los propios flujos y ganancias generadas por el mismo proyecto a lo largo de su horizonte.

$$Payback = \frac{I_0}{F}$$

Tabla 88

Flujo neto generado, descontado y acumulado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO
Flujo Neto Generado	-\$28,104.05	\$8,290.86	\$10,220.78	\$11,938.91	\$13,437.72	\$15,500.59

Flujo Neto						
Descontado	-\$28,104.05	\$7,627.28	\$10,220.78	\$11,938.91	\$13,437.72	\$15,500.59
Flujo Neto						
Acumulado	-\$28,104.05	-\$20,476.77	-\$10,255.98	\$1,682.93	\$15,120.66	\$30,621.25

Elaborado por: El Autor

El Payback establece que el periodo necesario para poder recuperar la inversión de capital inicial para poner en marcha la empresa y lograr su creación, es de 2.86, es decir: 2 años, 10 meses y 9 días aproximadamente.

Tabla 89

Periodo de recuperación o Payback

PAYBACK		
2.86	2	AÑOS
10.31	10	MESES
9	9	DÍAS

Fuente: Creación Propia

Elaborado por: El Autor

6 CONCLUSIONES

De la investigación o estudio de mercado se pudo establecer que, si existe una demanda potencial insatisfecha del servicio que brinda el fideicomiso y un mercado poco saturado, por lo cual, se comienza una campaña publicitaria con el fin de atraer a los futuros clientes o adherentes.

El fideicomiso al ser una empresa recién creada ofrece pocos servicios a sus adherentes, pero con miras a futuro durante los próximos 5 años que es la duración del horizonte del proyecto, se planea incrementar la oferta de servicio, así como el número de personal que labora para la compañía.

Debido a esto, la empresa no cuenta con un esquema extenso en cuanto a su organización estructural, debido a que cuenta con poco personal y pocas áreas administrativas y operativas, las suficientes para ofrecer sus servicios en base a la cantidad esperada de demanda obtenidas en las proyecciones.

Al ser el negocio una compañía o sociedad de tipo Limitada, esta no puede cotizar en bolsa por lo que no puede emitir acciones, esto limita en medida el crecimiento exponencial del negocio, debido a que no puede ofertar acciones para generar nuevos flujos de entradas de efectivo.

La inversión inicial requerida para la empresa se compone tanto de inversión corriente e inversión fija. Por ello, decide contar únicamente con el capital aportados por los socios con él se financiará el 100% de la inversión inicial y gastos operativos del primer año.

La empresa genera gastos e ingresos de forma variada, es decir que, tanto los gastos son sujetos al incremento del valor inflacionario, como los ingresos son sujetos al incremento poblacional. Lo cual genera cierta realidad relativa de precisión al momento de realizar un proyecto de inversión, ya que este está considerando ciertos factores que modificaran los ingresos y gastos de las futuras operaciones a lo largo del tiempo. Debido a esto, el porcentaje de las utilidades varía cada año ya que el monto total de ingresos también lo hace.

En cuanto a los flujos de caja generados a lo largo de todo el horizonte de proyecto de 5 años, esto generan flujos de caja positivos en cada uno de los años, dando a entender que el proyecto es rentable en la medida en que este está avanzando a cubrir con todas las obligaciones y gastos que la empresa incurre en sus operaciones cotidianas. Tanto el TIR que fue mayor al 8.70% requerido como mínimo por los socios inversores como Tasa Mínima Atractiva (TMAR) y el Valor Presente Neto VAN que fue mayor a 0 el cual denota lo anterior mencionado, que el proyecto es rentable y aceptable para tomar la decisión de invertir en él y ejecutarlo.

7 RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar una metodología diferente a la utilizada en el presente trabajo, una buena opción sería la de utilizar técnicas diferentes para reunir la información, como pueden ser: la documental, la observación y el uso de entrevistas, esta última dirigida a personas de las cuales nos interese saber más datos con precisión y que juegan un papel importante en la fundamentación contextual e informativa que posteriormente se tomará en cuenta para elaborar un estudio de bases y conceptualizaciones sólidas.

El estudio sobre los fondos de inversión o fideicomisos no es tan extendido en el país, en comparación a los del sistema financiero tradicional, por ello se ve imperiosa la necesidad de investigar más sobre este tema, crear ensayos académicos o estudios de campo con los cuales abordar este tipo de negocios, ya que en la actualidad la crisis económica demanda que muchas personas soliciten créditos , que de manera general son lucrativos para cada una de las partes, tanto el inversor que ve como sus depósitos crecen de manera exponencial debido al método de interés compuestos y al fideicomiso que ve como su patrimonio va creciendo a medida que los adherentes siguen ingresando en su sistema.

Una mayor diversificación de los servicios que ofrece el fideicomiso atraería un mayor número de futuros adherentes, si bien esta diversificación se logra con el pasar de los años y la demanda creciente de clientes y de servicios que estos exijan, no está por demás plantearse que nuevos tipos de servicios necesitan o estarían interesados en adquirir los clientes, con miras a que el mercado siempre va evolucionando y exigiendo a las nuevas empresas que sean cada vez más competitivas y que ofrezcan servicio con valor agregado y diferenciados para captar el mayor número de usuarios.

8 BIBLIOGRAFÍA

- Baca, U. G. (2017). *Evaluación de Proyecto* (Octava ed.). (P. E. Roig Vázquez, Ed.) México D.F, México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Camacho, Z. M. (2018). Fideicomiso como alternativa de Desarrollo Social. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 682.
- Carrillo, R. D., Vega, F. V., & Navas, A. S. (2019). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Editorial Jurídica del Ecuador.
- Garro, E. (2017). *Herramientas de la Calidad* (Primera ed.). México D.F, México: School of Excellence.
- Instituto Nacional Tecnológico INATEC. (2018). *Manual para el Protagonista: Higiene y Seguridad en el Trabajo* (Primera ed.). Managua, Nicaragua: Instituto Nacional Tecnológico INATEC.
- Meza, O. J. (2017). *Evaluación Financiera de Proyectos* (Cuarta ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Molina, R. J., Zea, O. M., Contenido, S. M., & García, Z. F. (2017). Estado del Arte: Metodologías de Desarrollo en Aplicaciones Web. *3C Tecnología*, 6(3), 54-71.
- Mondragon, P. D. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Primera ed.). Bogotá, Colombia: Fondo editorial Areandino.
- Rodríguez, A. F. (2018). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión: Una Propuesta Metodológica* (Primera ed.). Ciudad de México, México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Salvador, P. L., Jurado, Z. R., Rodriguez, S. P., Revelo, O. R., & Haro, H. E. (2017). *Diseño y Evaluación de Proyectos de Inversión* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Colecciones Empresariales.
- Unidad Especializada de Formación Continua. (2020). *Fortalecemos Valores, Principios y Virtudes*. Tarija: Ministerio de Educación de Bolivia.
- Viñan, V. J., Puente, R. M., Ávalos, R. J., & Córdova, P. J. (2018). *Proyectos de Inversión: Un Enfoque Práctico* (Primera ed.). Riobamba, Ecuador: Dirección de Publicaciones.
- Zayas, B. I. (2020). La Gestión del Talento Humano: Una Necesidad para Él. *Revista Electrónica sobre Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación*, Séptimo(14), 22.

9 ANEXOS

Anexo 1.

EQUIPO DE COMPUTO				
Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Total
COMPUTADORAS DELL INTEL i7	4	Unidad	\$ 650.00	\$ 2,600.00
IMPRESORA EPSON JK131	3	Unidad	\$ 200.00	\$ 600.00
Total				\$ 3,200.00

Anexo 2.

EQUIPO DE OFICINA				
Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Total
AIRE ACONDICIONADO	3	Unidad	\$ 415.00	\$ 1,245.00
Total				\$ 1,245.00

Anexo 3.

SUMINISTROS DE LIMPIEZA					
Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Total	Costo Total
ESCOBAS	2	Unidad	\$ 1.85	\$ 3.70	\$ 11.10
TRAPEADORES	2	Unidad	\$ 2.45	\$ 4.90	\$ 14.70
FRANELAS	8	Unidad	\$ 0.65	\$ 5.20	\$ 20.80
TOALLAS DE MANO	8	Unidad	\$ 0.50	\$ 4.00	\$ 16.00
COLOR LIQUIDO EMBASADO DE 4LT	20	Unidad	\$ 3.85	\$ 77.00	\$ 231.00
AMBIENTALES SPRAY 450c3	8	Unidad	\$ 3.50	\$ 28.00	\$ 336.00
DESINFECTANTE EMBASADO DE 4LT	3	Unidad	\$ 4.20	\$ 12.60	\$ 151.20
PAPEL HIGIENICO	2	Docena	\$ 2.45	\$ 4.90	\$ 58.80
Total				\$ 140.30	\$ 839.60

Anexo 4.

PERSONAL			
Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
GERENTE	1	\$ 1,100.00	\$ 13,200.00
JEFE DE MARKETING	1	\$ 750.00	\$ 9,000.00
CONTADOR EXTERNO	1	\$ 650.00	\$ 7,800.00
OPERADORA	1	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Total	4	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00

Anexo 5.

ARRIENDO				
Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Total
ARRIENDO	1	Mensual	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Total				\$ 3,600.00

Anexo 6.

MUEBLES DE OFICINA				
Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Total
ARCHIVADORES	6	Unidad	\$ 150.00	\$ 900.00
ESCRITORIOS	4	Unidad	\$ 160.00	\$ 640.00
SILLAS OFICINAS	4	Unidad	\$ 55.00	\$ 220.00
SILLAS CLIENTES	8	Unidad	\$ 22.00	\$ 176.00
BASUREROS	4	Unidad	\$ 15.75	\$ 63.00
Total				\$ 1,760.00

Anexo 7.

SERVICIOS BASICOS						
Concepto	Cantidad Mensual	Unidad de Medida	Costo Unitario	TOTAL DIA	TOTAL MES	TOTAL AÑO
ELECTRICIDAD	94	kw/h	\$ 0.12	\$ 0.38	\$ 11.28	\$ 135.36
AGUA	23	m3	\$ 0.72	\$ 0.55	\$ 16.56	\$ 198.72
TELEFONO	1	Plan Mensual	\$ 8.95	\$ 0.95	\$ 28.50	\$ 342.00
INTERNET	1	Plan Mensual	\$ 430.00	\$ 1.10	\$ 33.00	\$ 396.00
Total			\$ 439.79	\$ 2.98	\$ 89.34	\$ 1,072.08

Anexo 8.

MATERIALES DE OFICINA					
Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Total	Costo Total Annual
PAQUETE DE HOJAS REDMAX	4	Unidad	\$ 3.40	\$ 13.60	\$ 163.20
BOLIGRAFOS	16	Unidad	\$ 0.65	\$ 10.40	\$ 62.40
GRAPADORAS	8	Unidad	\$ 1.50	\$ 12.00	\$ 24.00
PERFORADORAS	8	Unidad	\$ 2.00	\$ 16.00	\$ 32.00
CAJAS DE CLIPS	10	Unidad	\$ 1.25	\$ 12.50	\$ 75.00
CAJAS DE GRAPAS	20	Unidad	\$ 1.00	\$ 20.00	\$ 120.00
Total				\$ 84.50	\$ 476.60


Anexo 9.

GASTOS DE CONSTITUCION	
Concepto	Costo Total
Escritura de Constitución	\$ 350.00
Cuenta de Integración de Capital	\$ 527.00
Publicación de extracto en el periódico	\$ 80.00
Razones de marginación en la Notaría	\$ 132.00
Tasa de inscripción en el Registro Mercantil	\$ 286.00
Pago de patentes municipales	\$ 110.00
Pago de tasa permiso de Cuerpo de Bomberos	\$ 75.00
Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil	\$ 45.00
Permiso de funcionamiento anual	\$ 123.00
Horarios profesionales abogado	\$ 810.00
Total	\$ 2,538.00

Anexo 10.

PUBLICIDAD				
Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Total
TARJETAS DE PRESENTACION	1000	Unidad	\$ 0.32	\$ 320.00
BOLANTES	1000	Unidad	\$ 0.23	\$ 230.00
PUBLICIDAD RADIAL	1	Contrato	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Total				\$ 2,050.00

Anexo 11. Formulario de Declaración sobre la Condición de Personas Expuestas

	Formulario de Declaración sobre la condición de Personas Expuestas Políticamente PEPs - Cumplimiento a la Política Conozca a su Cliente.	

CUMPLIMIENTO A LA POLÍTICA CONOZCA A SU CLIENTE

DECLARACIÓN SOBRE LA CONDICIÓN DE PERSONAS EXPUESTAS POLÍTICAMENTE PEPs

Yo,....., con documento de identificación Nro., informo y declaro bajo juramento que **SI** ___/ **NO** ___ mantengo parentesco directo dentro del segundo grado de consanguinidad y/o primero de afinidad con **PERSONAS EXPUESTAS POLÍTICAMENTE (PEPs)**.

En el caso que la respuesta sea positiva, indicar la siguiente información respecto a la Persona Expuesta Políticamente:

Nombres Completos:

Cargo /Función:


Entidad donde Labora:

Tiempo que Labora:

Relación con la Persona Expuesta Políticamente:.....

Lugar y Fecha: FIRMA:

Asumo el compromiso de informar cualquier cambio relacionado con la información indicada en el presente documento, en un máximo de treinta (30) días luego de ocurrido dicho cambio.

	Formulario de Declaración sobre la condición de Personas Expuestas Políticamente PEPs - Cumplimiento a la Política Conozca a su Cliente.	

Definición de Personas Expuestas Políticamente (PEP). "Son todas aquellas personas naturales, nacionales o extranjeras que desempeñan o han desempeñado funciones públicas destacadas en el Ecuador o en el extranjero en representación del país, hasta 1 año después de haber culminado el cargo que originó tal calidad".

Nota: La presente declaración no constituye una autoincriminación de ninguna clase, ni con lleva ninguna clase de responsabilidad administrativa, civil o penal.

Anexo 12. Formulario Conozca su Cliente

FORMULARIO CONOZCA SU CLIENTE – PERSONAS NATURALES

FDV - 008

En cumplimiento a lo establecido en la Ley Orgánica de Prevención, Detección y Erradicación del Delito de Lavado de Activos y del Financiamiento de Delitos, su Reglamento General, Codificación de Resoluciones Monetarias Financieras, de Valores y Seguros, Libro II, Título XXI, Capítulo I, Resolución NAC-DGERGCGC19-00000003 del Servicio de Rentas Internas y Políticas Internas de Prevención de Lavado de Activos, se requiere la entrega de la siguiente información (favor completar todos los campos obligatoriamente). Si el cliente depende económicamente de un tercero, deberá suministrar en un formulario independiente los datos de la persona de quien provienen los recursos utilizados:

1. INFORMACIÓN DEL CLIENTE						
Primer apellido		Segundo apellido		Nombres completos		
Identificación: Cédula		RUC:		Pasaporte:		
Lugar y Fecha de nacimiento (aa/mm/dd)		Nacionalidad		Sexo		
				Masculino <input type="checkbox"/>		Femenino <input type="checkbox"/>
Estado civil:						
Soltero(a) <input type="checkbox"/>		Casado(a) <input type="checkbox"/>		Divorciado(a) <input type="checkbox"/>		Viudo(a) <input type="checkbox"/> Unión de Hecho <input type="checkbox"/>
2. DATOS DE RESIDENCIA						
País/Provincia/Ciudad de Residencia – Domicilio		Dirección de residencia/domicilio (casa, calle, número)		Teléfono en el país de residencia/domicilio		Teléfono celular
E – mail personal:		E – mail laboral:		Código postal:		
Es residente de cualquier otro país distinto de Ecuador para fines fiscales (país donde paga impuestos): SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> . Si la respuesta es positiva por favor enumere el/los países::						
1)		2)		3)		
Número de identificación de contribuyente en dicho país:						
1)		2)		3)		
3. ACTIVIDAD ECONÓMICA						
Detalle de la Profesión/Ocupación / Actividad Económica Principal:						
Nombre de la empresa donde trabaja:		Cargo que ocupa:		Años en el cargo:		Teléfono trabajo:
		Dirección del trabajo:				
Actividad Económica Secundaria: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>				Tiempo que la ejerce:		
Detallar actividad si su respuesta fue positiva:				Ciudad y Dirección:		
4. INFORMACIÓN DEL CÓNYUGE O APODERADO						
CÓNYUGE: Nombres Completos		Número de identificación / Pasaporte		Nacionalidad		Actividad Económica
APODERADO: Nombres Completos		Número de identificación / Pasaporte		Nacionalidad		Dirección domicilio / Teléfono domicilio/celular
Número y fecha de la escritura pública del poder respectivo (en caso de Apoderado):						
5. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
ACTIVOS			PASIVOS			
Detalle		Valor		Detalle		Valor
Efectivo en bancos a la fecha del formulario				Créditos hipotecarios/ quirografarios/prendarios		
Inversiones / Acciones / Participaciones/ Inventarios/Cuentas por Cobrar				Deuda total en tarjetas de crédito		
Bienes Inmuebles				Otras cuentas por pagar		
Bienes Muebles / Vehículos / Maquinaria				TOTAL PASIVOS		
TOTAL ACTIVOS			TOTAL PATRIMONIO (activos menos pasivos)			
INGRESOS MENSUALES			GASTOS MENSUALES			
Ingreso de la actividad económica principal			Gasto vivienda			
Ingreso de la actividad económica secundaria			Gasto alimentación / servicios básicos / educación / pago tarjetas de crédito			
Otros ingresos (describa):			Otros Gastos (describa):			
TOTAL INGRESOS			TOTAL GASTOS			
6. DETALLE DE CUENTAS E INVERSIONES DEL CLIENTE EN EL SISTEMA FINANCIERO						
Nombre de la Institución			Tipo de Cuenta		No. Cuenta	
7. DETALLE DE TRANSACCIONES Y/O PRODUCTOS FINANCIEROS QUE POSEE EN DIVISAS INTERNACIONALES (en caso de existir)						
Tipo de producto o servicio	Identificación del producto o servicio	Entidad	Monto	Ciudad	País	Moneda

8. REFERENCIAS PERSONALES / COMERCIALES					
PERSONALES			COMERCIALES		
Nombre	Relación	Teléfono	Nombre	Relación	Teléfono

9. DECLARACIÓN SOBRE LA CONDICIÓN DE PERSONA EXPUESTA POLÍTICAMENTE

Declaro bajo juramento que: **SI** () / **NO** () me encuentro ejerciendo un cargo público. Si la respuesta es **positiva** favor indicar lo siguiente:
Cargo/Función/Nombre de la Institución/Tiempo de trabajo: _____

Adicionalmente declaro que **SI** () **NO** () mantengo vinculación: comercial (), contractual (), familiar dentro del segundo grado de consanguinidad o primero de afinidad () con una persona que ejerce cargo público. Si su respuesta fue positiva en cualquier campo favor especificar lo siguiente:

Nombre de la persona: _____ Cargo: _____ Institución: _____

10. DECLARACIÓN JURADA FATCA

A. () (marcar con una X en caso de corresponder). A través del presente documento, el cliente declara que **NO** es una persona estadounidense para efectos de la Ley de Cumplimiento Tributario de Cuentas Extranjeras - FATCA (por sus siglas en inglés) y que no está actuando en nombre y representación de una persona estadounidense. Una declaración falsa en este sentido puede ser sujeta a las penalidades previstas en las leyes de los EE.UU. El cliente declara además que si su situación impositiva se modifica convirtiéndose en ciudadano o residente de los EE.UU., deberá comunicar a FIDEVAL S.A. ADMINISTRADORA DE FONDOS Y FIDEICOMISOS de este hecho en un plazo no mayor a 30 días desde que el mismo se hubiera producido.

B. () (marcar con una X en caso de corresponder). El cliente declara que **SI** es una persona estadounidense, por lo que adjunta el **Formulario W-9 correcto y completamente lleno**. El cliente por la presente manifiesta que presta consentimiento y autoriza expresamente a FIDEVAL S.A. ADMINISTRADORA DE FONDOS Y FIDEICOMISOS para entregar al Servicio de Rentas Internas de los Estados Unidos de América (Internal Revenue Service (IRS)), información respecto de su persona y/o de los negocios fiduciarios y/o de los fondos de inversión que el cliente mantiene en la compañía. Asimismo, el cliente reconoce y acepta expresamente que el envío de dicha información al IRS en el marco de la presente autorización no constituye una vulneración por parte de FIDEVAL S.A. ADMINISTRADORA DE FONDOS Y FIDEICOMISOS al artículo bursátil previsto en las normas ecuatorianas, especialmente a lo previsto en la Disposición General Quinta de la Ley de Mercado de Valores contenida en el Libro II del Código Orgánico Monetario y Financiero, y que dicho envío se lo realiza en cumplimiento de la normativa FATCA, en su condición de institución financiera extranjera participante, conforme a lo previsto en dicha Ley.

11. DECLARACIÓN DE LICITUD DE FONDOS

Los fondos que ingresarán al producto contratado provienen de (por favor adjuntar obligatoriamente documentos físicos, en valores iguales o superiores a USD 30.000): _____

Los fondos existentes en el producto contratado serán utilizados para: _____

CONCEDOR (A) DE LAS PENAS DE PERJUICIO DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LA INFORMACIÓN ARRIBA INDICADA ES CORRECTA Y VERDADERA, ENTENDIENDO QUE LA MISMA SERÁ LEÍDA/ REVISADA POR LAS AUTORIDADES COMPETENTES, QUIENES LA PODRÁN CONSIDERAR PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES QUE CONSIDEREN NECESARIOS. AUTORIZO EXPRESA E INDEFINIDAMENTE A LA COMPAÑÍA ADMINISTRADORA DE FONDOS Y FIDEICOMISOS FIDEVAL S.A., MIENTRAS SEA CLIENTE DE LA MISMA PARA QUE A TRAVÉS DE SU REPRESENTANTE LEGAL O FUNCIONARIOS AUTORIZADOS OBTENGA DE CUALQUIER FUENTE INFORMACIÓN LEGALMENTE AUTORIZADA, REALICEN EL ANÁLISIS Y VERIFICACIONES QUE CONSIDEREN PERTINENTES A TRAVÉS DE LOS MEDIOS NECESARIOS, E INFORMEN DE MANERA INMEDIATA Y DOCUMENTADA A LA AUTORIDAD COMPETENTE EN CASOS DE INVESTIGACIÓN O CUANDO SE DETECTARE INUSUALIDADES O TRANSACCIONES SOSPECHOSAS. GARANTIZO LA VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA Y RENUNCIO A EJECUTAR CUALQUIER PRETENSIÓN TANTO EN EL ÁMBITO CIVIL COMO PENAL POR ESTOS HECHOS, ACOGIENDOME A LAS SANCIONES QUE POR INFORMACIÓN FALSA ESTABLEZCAN LAS LEYES ECUATORIANAS. FACULTO EXPRESAMENTE A LA COMPAÑÍA FIDEVAL S.A. ADMINISTRADORA DE FONDOS Y FIDEICOMISOS PARA TRANSFERIR O ENTREGAR DICHA INFORMACIÓN A AUTORIDADES COMPETENTES Y ORGANISMOS DE CONTROL, ASÍ COMO A OTRAS INSTITUCIONES O PERSONAS JURÍDICAS LEGALMENTE FACULTADAS PARA SOLICITAR DICHA INFORMACIÓN. IGUALMENTE CERTIFICO Y DECLARO QUE LOS VALORES ENTREGADOS SON LÍCITOS Y CONSECUENTEMENTE NO PROVIENEN DE NINGUNA ACTIVIDAD ILEGAL O ILÍCITA, NI LOS FONDOS SERÁN DESTINADOS A ACCIONES RELACIONADAS Y TÍPICADAS EN LAS LEYES DE PREVENCIÓN DE LAVADO DE ACTIVOS VIGENTES. EN CONSTANCIA DE CONOCER Y ACEPTAR LO DECLARADO ANTERIORMENTE, FIRMO EL PRESENTE DOCUMENTO.

12. AUTO - CERTIFICACIÓN DE RESIDENCIA FISCAL

AUTORIZO A FIDEVAL S.A. A PROPORCIONAR, DIRECTA O INDIRECTAMENTE, LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE FORMULARIO Y/O UNA COPIA DE ESTE FORMULARIO A CUALQUIER AUTORIDAD FISCAL PERTINENTE O CUALQUIER PARTE AUTORIZADA PARA AUDITAR O REALIZAR UN CONTROL SIMILAR DE FIDEVAL S.A. PARA FINES FISCALES, ASÍ COMO A DIVULGAR A TALES AUTORIDADES FISCALES O TAL PARTE CUALQUIER INFORMACIÓN ADICIONAL QUE PUDIESE POSEER FIDEVAL S.A. Y QUE ES PERTINENTE PARA MI CALIFICACIÓN PARA CUALQUIER BENEFICIO RECLAMADO CON BASE EN ESTA CERTIFICACIÓN. ACEPTO QUE LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE FORMULARIO Y LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON MIS CUENTAS EN FIDEVAL S.A. (INCLUSO LA INFORMACIÓN SOBRE LOS SALDOS DE CUENTAS Y PAGOS RECIBIDOS) SE NOTIFIQUE A LAS AUTORIDADES FISCALES PERTINENTES, Y QUE DICHAS AUTORIDADES PROPORCIONEN ESTA INFORMACIÓN A CUALQUIER OTRO PAÍS QUE HAYA FIRMADO UN ACUERDO PARA INTERCAMBIAR INFORMACIÓN AUTOMÁTICAMENTE, COMO A UN PAÍS EN EL CUAL SOY RESIDENTE PARA FINES FISCALES. ME COMPROMETO A AVISAR INMEDIATAMENTE A FIDEVAL S.A. SOBRE CUALQUIER CAMBIO EN LAS CIRCUNSTANCIAS QUE MOTIVE QUE LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE DOCUMENTO SEA INCORRECTA Y A PROPORCIONAR A FIDEVAL S.A. UN FORMULARIO ACTUALIZADO Y APROPIADO DE AUTO-CERTIFICACIÓN DE RESIDENCIA FISCAL EN UN PLAZO DE 30 DÍAS A PARTIR DE LA FECHA DEL CAMBIO EN LAS CIRCUNSTANCIAS.

Firma del Cliente

Ciudad y Fecha

13. PARA USO EXCLUSIVO INTERNO

Nombre y cargo de quien recibe la información: _____ Fecha: _____

14. VERIFICACIÓN DE DATOS

DETALLE	SI	NO	DETALLE	SI	NO
Identificación:			Direcciones:		
Teléfonos:			Actividad Económica:		
Referencias:			Firma:		
Formulario W-9:			Sistema RCSA:		

Fecha de ingreso de datos en el sistema: _____

OBSERVACIONES:

Anexo 13. Contrato de Adhesión al Fideicomiso

CONTRATO DE ADHESION AL FIDEICOMISO DE INVERSION

CLÁUSULA PRIMERA: COMPARECIENTES. - Comparecen a la suscripción del presente contrato: a) El Sr. [REDACTED] por sus propios y personales derechos, a quien en adelante se podrá denominar como "EL CONSTITUYENTE ADHERENTE", y, b) El señor [REDACTED] en calidad de Apoderado Especial de la compañía [REDACTED], la cual comparece en su calidad de fiduciaria y como tal representante legal del FIDEICOMISO DE INVERSION [REDACTED], parte a la que en lo posterior se la podrá denominar simplemente como EL FIDEICOMISO.

CLÁUSULA SEGUNDA: ANTECEDENTES. - a) Mediante escritura pública otorgada el veintitrés de marzo de dos mil [REDACTED] ante el Notario [REDACTED] del cantón Quito, se constituyó el "FIDEICOMISO DE INVERSION [REDACTED]", al cual compareció [REDACTED], en calidad de Constituyente y la compañía [REDACTED], en calidad de Fiduciaria. El FIDEICOMISO se constituyó con el objeto de conformar un patrimonio autónomo al cual el CONSTITUYENTE y los CONSTITUYENTES ADHERENTES transfieran recursos para que la FIDUCIARIA los destine e invierta, según las políticas de inversión e instrucciones determinadas en el contrato de Fideicomiso y aquellas que sean impartidas por el COMITÉ DE INVERSIONES.

CLAUSULA TERCERA: GLOSARIO DE TÉRMINOS Y DEFINICIONES: Son aquellos que se establecen en la cláusula TERCERA del contrato de constitución del FIDEICOMISO, los cuales tendrán el mismo sentido cuando se mencionen y utilicen en este contrato.

CLÁUSULA CUARTA: ADHESIÓN AL CONTRATO DE FIDEICOMISO MERCANTIL. - EL CONSTITUYENTE ADHERENTE, por este contrato expresa su voluntad y consentimiento de adherirse, como en efecto lo hace, al contrato constitutivo del FIDEICOMISO DE INVERSION - [REDACTED], siendo por tanto su voluntad inequívoca vincularse jurídicamente a dicho contrato como una más de sus partes intervinientes, haciendo suyas, aceptando y sometándose a todas y cada una de sus cláusulas y contrayendo las obligaciones previstas en tal contrato para los CONSTITUYENTES ADHERENTES, así como las obligaciones estipuladas en el presente contrato de adhesión.

CLÁUSULA QUINTA: APORTES A TITULO DE FIDEICOMISO MERCANTIL. - En esta fecha el CONSTITUYENTE ADHERENTE realiza un aporte inicial a título de Fideicomiso Mercantil de UN, 00/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (\$XXXXX,00). Adicionalmente en adelante podrá realizar aportes adicionales, a efectos de destinar dichos recursos a las inversiones establecidas en el contrato de FIDEICOMISO, de conformidad con el REGLAMENTO DE INVERSIONES, a los cuales se somete expresamente. La transferencia efectuada al patrimonio autónomo del Fideicomiso se realiza a título de fideicomiso mercantil, transferencia necesaria para el cumplimiento de las instrucciones lícitas instruidas por el Constituyente y el Constituyente Adherente y en consecuencia está exenta de todo tipo de impuestos directos e indirectos previstos en las leyes que gravan las transferencias, conforme lo señala el artículo ciento trece de la Ley de Mercado de Valores.

CLÁUSULA SEXTA: DECLARACIÓN JURADA: El CONSTITUYENTE ADHERENTE manifiesta que los recursos que transfiere al FIDEICOMISO son de su exclusiva propiedad, que han sido adquiridos de manera legítima, que no los ha enajenado ni comprometido antes de hoy y que no pesa condición resolutoria, ni existe ningún gravamen ni prohibición de enajenar sobre los mismos. El CONSTITUYENTE ADHERENTE declara bajo juramento que los bienes y recursos que aporta en esta fecha y los que aporte a futuro en virtud del presente contrato, tienen y tendrán origen y objeto lícito, que no provienen ni provendrán de actividades relacionadas o vinculadas con lavado de activos, el tráfico, comercialización o producción ilícita de sustancias estupefacientes o psicotrópicas y que la suscripción del presente contrato no irroga daños a terceros, eximiendo al

FIDEICOMISO y a FIDEVAL de toda responsabilidad por la veracidad de las presentes declaraciones.

CLÁUSULA SÉPTIMA: DERECHOS DEL CONSTITUYENTE ADHERENTE: Son derechos del CONSTITUYENTE ADHERENTE los siguientes: a) Solicitar a la FIDUCIARIA el cumplimiento de las obligaciones asumidas en el contrato de FIDEICOMISO, entendido que las responsabilidades de ésta son de medio y no de resultado; b) Recibir una rendición de cuentas por parte de la Fiduciaria, de manera trimestral y reportes de portafolio y estados de cuenta individuales de manera mensual, conforme lo establezca la ley y los términos que de ser el caso defina el Comité de Inversiones. c) Los demás establecidos en el contrato de FIDEICOMISO o este instrumento. d) Participar de los beneficios que llegare a general el FIDEICOMISO, única y exclusivamente cumplidas las condiciones y en los términos que establece el REGLAMENTO DE INVERSIONES, lo cual es expresamente conocido y aceptado por éste.

CLÁUSULA OCTAVA.- OBLIGACIONES DEL CONSTITUYENTE ADHERENTE: a) Cumplir en forma cabal y oportuna con los términos del presente contrato; b) Cumplir con sus obligaciones tributarias. c) Cumplir con el pago de las comisiones en favor de la FIDUCIARIA, en caso de no existir recursos en el patrimonio autónomo; y, d) Las demás establecidas por la Ley o este instrumento.

CLÁUSULA NOVENA: OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LA FIDUCIARIA.- Son obligaciones y derechos de la Fiduciaria, aquellas determinadas en el contrato constitutivo de FIDEICOMISO.

CLÁUSULA DÉCIMA: INSTRUCCIONES Y POLÍTICAS DE INVERSIÓN Y DESTINO DE LOS RECURSOS.- DE manera expresa y específica, el CONSTITUYENTE ADHERENTE conoce y ratifica las instrucciones fiduciarias y las políticas de inversión establecidas en el contrato de constitución del FIDEICOMISO, y conoce las facultades y atribuciones del COMITÉ DE INVERSIONES para dictar resoluciones y el destino de las inversiones, a lo cual se somete desde ya.

De acuerdo a lo dispuesto en la Codificación de Resoluciones expedidas por el Consejo Nacional de Valores, el Constituyente Adherente de manera expresa declara que el riesgo de pérdida de la inversión es de exclusiva responsabilidad del Constituyente y los Constituyentes Adherentes. La FIDUCIARIA no será responsable por el manejo de los recursos que sean invertidos bajo la recomendación, asesoría o consejo del COMITÉ DE INVERSIONES, siendo estas transacciones de exclusiva responsabilidad de los CONSTITUYENTES y BENEFICIARIOS, liberando a la Fiduciaria, sus representantes y empleados de toda responsabilidad al respecto. La ejecución de instrucciones de inversión establecidas en este contrato, queda supeditada a la efectivización de los recursos que sean entregados a la FIDUCIARIA.

EL CONSTITUYENTE ADHERENTE reconoce que las funciones y responsabilidades de la FIDUCIARIA son únicamente de medio, más no de resultado. Que ha sido debidamente informado respecto de la naturaleza, RIESGOS y efectos del contrato de Fideicomiso, de las responsabilidades de la Fiduciaria y de los riesgos que conlleva el presente negocio fiduciario, por lo que conoce y acepta que en caso de no generarse los rendimientos esperados o generarse pérdidas, éstas son de absoluta responsabilidad de los inversionistas.

CLÁUSULA DÉCIMO SEGUNDA: NOTIFICACIONES.- LAS PARTES señalan como domicilio para efectos del presente contrato de Adhesión, las siguientes direcciones o al correo electrónico que se señala sin necesidad de envío físico (confirmación electrónica de entrega del correo):

CONSTITUYENTE ADHERENTE: Calle [REDACTED], correo electrónico [REDACTED],
Planta Baja, correo electrónico: [REDACTED]

El CONSTITUYENTE ADHERENTE, se obliga de manera ineludible e inexcusable, a informar inmediatamente ocurra, sobre cualquier cambio en la dirección establecida para notificaciones, en caso de no hacerlo las notificaciones y entrega de información se entenderán válidamente realizadas en la dirección antes señalada.

CLÁUSULA DÉCIMO CUARTA: HONORARIOS DE LA FIDUCIARIA.- EL CONSTITUYENTE ADHERENTE conoce y está de acuerdo con los honorarios que percibirá la Fiduciaria, y autoriza desde ya que éstos sean pagados con los recursos del patrimonio autónomo.

CLÁUSULA DÉCIMO QUINTA: JURISDICCIÓN Y CONTROVERSIAS.- El Fideicomiso se somete a la legislación vigente de la República del Ecuador. Toda controversia o diferencia derivada del contrato de Fideicomiso y de este contrato será resuelta con la asistencia de un mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. Si el procedimiento de mediación no diere resultado favorable para cualquiera de las partes en el plazo de diez días calendario a contarse desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, entonces las partes renuncian fuero y domicilio, y someten sus controversias a la resolución de un Tribunal de Arbitraje que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, el Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito y las siguientes normas: a) Los árbitros serán seleccionados conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo que expida el Tribunal Arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral excepto el recurso de nulidad; c) Para la ejecución de medidas cautelares el Tribunal Arbitral está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos judiciales, policiales y administrativos sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El Tribunal Arbitral estará integrado por tres árbitros; e) El procedimiento arbitral será confidencial; f) Los árbitros deberán decidir en derecho; y, g) El lugar del arbitraje será en las instalaciones del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. La reconvencción, de haberla, se someterá igualmente al arbitraje.

Para constancia de lo dicho, las partes suscriben el contrato en 3 ejemplares de igual tenor y valor.

Quito, [REDACTED]

[REDACTED]