



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE UNA PLATAFORMA DE STREAMING EN LA CIUDAD DE QUITO.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado(a) en
Administración de Empresas

Autor(a)

Fernando Sánchez Arcos

Tutor(a)

Dr. Carlos Marcelo Borja Galeas MSc.

QUITO – ECUADOR

2023

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

Yo, Fernando Sánchez Arcos, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocios para la creación y comercialización de una plataforma de streaming en la ciudad de Quito”, como requisito para optar al grado de Licenciatura en Administración de Empresas 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 11 días del mes de febrero de 2023, firmo conforme:

Autor: Fernando Sánchez Arcos

Firma: .....

Número de Cédula: 1723543029

Dirección: Pichincha, Quito, Cochapamba, Florida

Correo Electrónico: fer12nando.sa@gmail.com

Teléfono: 2254 380

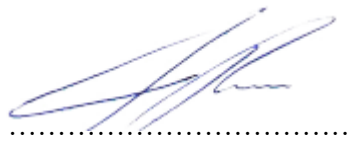
APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA PLATAFORMA DE STREAMING EN LA CIUDAD DE QUITO” presentado por Fernando Sánchez Arcos, para optar por el Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas.

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 de los Lectores que se designen.

Quito, 11 de febrero del 2023



Dr. Carlos Marcelo Borja Galeas MSc.

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 Licenciado(a) en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 11 de febrero del 2023



Fernando Sánchez Arcos
1723543029

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA PLATAFORMA DE STREAMING EN LA CIUDAD DE QUITO previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 11 de febrero del 2023

.....

Econ. Mercedes Fabiola
Galarraga Carvajal, MBA
LECTOR

.....

Lcda. Parvaneh Saeidi, PhD
LECTOR

DEDICATORIA

El presente plan de negocios lo dedico en primera instancia a Dios por ser el guía de mi vida y el primer ejemplo de administrador que conocí a través de sus enseñanzas, a mis padres por su amor y valores que me han formado como la persona que soy al día de hoy, sin mencionar sus consejos y aprendizajes que he recibido por parte de ellos, a mis hermanos por estar siempre conmigo a través de sus reflexiones en mi vida con sus experiencias, a mis amigos y compañeros tanto en el ámbito laboral como en el ámbito personal y estudiantil, por su compañía y ánimos constantes durante este tiempo para poder alcanzar esta nueva etapa de mi vida no solo en lo profesional sino también en lo personal, sin duda alguna todos han sido y serán una parte fundamental en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por darme la vida y poder aprender durante este tiempo a cómo administrar primeramente mi vida y luego los recursos que me ha dado, a mis padres por su amor incondicional en todo momento con sus apoyos en toda área de mi vida que han sido una pieza esencial para alcanzar muchas metas, a mis hermanos por sus consejos a través de sus vivencias que me han ayudado a formar mi carácter en lo que es ahora, a mis compañeros y amigos, por su tiempo y experiencias que me han servido de mucho para enfrentar nuevos retos, demostrando que siempre hay algo nuevo por aprender, no solo para un título o cargo, sino como persona y ser human

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENCIDADAD	iv
APROBACIÓN LECTORES.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
EXECUTIVE SUMMARY (ABSTRACT).....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii

CAPÍTULOS

MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	1
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	1
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	1
<i>Fundamentación del Servicio o Producto.....</i>	<i>1</i>
1.3 MERCADO.....	3
<i>Público objetivo de su producto o servicio</i>	<i>3</i>
Categorización de sujetos	4
Estudio de Segmentación	5
Plan de muestreo.....	6
Instrumentos para recopilar información.....	7
Desarrollo de Instrumentos.....	8
Información secundaria	8
Identificación de la competencia	10

Información primaria.....	11
Análisis e interpretación	11
1.4 DEMANDA POTENCIAL	21
1.5 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	22
<i>Análisis del micro ambiente</i>	22
<i>Análisis del macro ambiente</i>	24
<i>Proyección de la oferta</i>	27
1.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	28
1.7 DISEÑO DE MARCA (BRANDING).....	28
1.8 ESTRATEGIAS DE MARKETING	30
1.9 PLAN DE COMUNICACIÓN	30
OPERACIONES.....	31
2.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	31
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	31
<i>Descripción de instalaciones, equipos y personas</i>	33
<i>Tecnología a aplicar</i>	37
<i>Factores que afectan las operaciones</i>	38
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	39
2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	39
2.5 CALIDAD	40
<i>Método de Control de Calidad</i>	40
2.6 NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO	43
<i>Seguridad e higiene ocupacional</i>	43
<i>Responsabilidad social de la organización</i>	44
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	45
3.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	45
3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	45
<i>Visión de la Empresa</i>	45
<i>Misión de la Empresa</i>	45
<i>Objetivos y estrategias</i>	45
3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	48
<i>Organización Interna</i>	48
3.4 <i>Descripción de puestos</i>	49

3.5 CONTROL DE GESTIÓN	57
<i>Indicadores de Gestión</i>	57
NECESIDADES DE PERSONAL	61
JURÍDICO LEGAL	62
4.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	62
4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	62
4.3 REGISTROS DE MARCAS.....	63
EVALUACIÓN FINANCIERA	64
5.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	64
5.2 PLAN DE INVERSIONES	64
5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	66
MANO DE OBRA.....	66
DEPRECIACIÓN.....	67
PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN.....	68
DETALLE DE COSTOS	69
PROYECCIÓN DE COSTOS	70
DETALLE DE GASTOS	72
PROYECCIÓN DE GASTOS	72
5.4 PLAN DE FINANCIAMIENTO	74
5.5 CÁLCULO DE INGRESOS.....	74
PROYECCIÓN DE INGRESOS	75
5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO	77
5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	79
5.8 FLUJO DE CAJA	80
5.9 EVALUACIÓN FINANCIERA	81
<i>Indicadores</i>	81
Valor Actual Neto (VAN)	81
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	82
Beneficio Costo	83
Período de Recuperación	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características del servicio	2
Tabla 2 Enfoque de mercado	3
Tabla 3 Categorización de sujetos	5
Tabla 4 Dimensión conductual	5
Tabla 5 Dimensión geográfica.....	5
Tabla 6 Dimensión demográfica	6
Tabla 7 Dimensión psicográfica.....	6
Tabla 8 Métodos de recolección.....	7
Tabla 9 Cuadro de necesidades	8
Tabla 10 Plataformas de streaming con mayor cantidad de usuarios en el mercado	11
Tabla 11 Edad.....	11
Tabla 12 Género	12
Tabla 13 Conocimiento de plataformas de streaming	13
Tabla 14 Plataforma más utilizada	14
Tabla 15 Permanencia en la plataforma	15
Tabla 16 Cuanto paga aproximadamente en total de suscripciones en plataformas	16
Tabla 17 Le gustaría ser creador de contenido	17
Tabla 18 Contenido que más visualiza.....	18
Tabla 19 Se suscribiría al creador de contenido o canal.....	19
Tabla 20 Precio dispuesto a pagar	20
Tabla 21 Demanda potencial en personas	21
Tabla 22 Demanda potencial en servicios	22
Tabla 23 Proyección de demanda.....	22
Tabla 24 Matriz de análisis de fuerzas	23
Tabla 25 Análisis de factores incontrolables y oportunidades	26
Tabla 26 Proyección de la oferta	28
Tabla 27 Demanda potencial insatisfecha	28
Tabla 28 Plan de comunicación.....	30
Tabla 29 Descripción de equipos.....	35
Tabla 30 Implementación de oficina y activos fijos.....	36
Tabla 31 Descripción de personas	37
Tabla 32 Factores que afectan al servicio.....	38

Tabla 33 Capacidad de producción futura.....	39
Tabla 34 Recursos necesarios para la ejecución del servicio	39
Tabla 35 Definición de expectativas y objetivos estratégicos.....	46
Tabla 36 Puesto de Director Administrativo	49
Tabla 37 Puesto de Director Operativo	50
Tabla 38 Puesto de Analista de Talento Humano.....	51
Tabla 39 Puesto de Analista Administrativo Contable.....	52
Tabla 40 Puesto de Programador Senior	53
Tabla 41 Puesto de Analista de Marketing.....	54
Tabla 42 Puesto de Asesor de Servicio al Cliente.....	55
Tabla 43 Puesto de Programador Junior.....	56
Tabla 44 Indicadores de Gestión	58
Tabla 45 Necesidades de personal.....	61
Tabla 46 Plan de Inversiones.....	64
Tabla 47 Capital de Trabajo	65
Tabla 48 Roles de pago	66
Tabla 49 Roles de provisiones.....	66
Tabla 50 Depreciación de Activos Fijos	67
Tabla 51 Proyección de la depreciación.....	68
Tabla 52 Detalle de Costos.....	69
Tabla 53 Proyección de Costos	71
Tabla 54 Detalle de Gastos.....	72
Tabla 55 Proyección de Gastos	73
Tabla 56 Plan de Financiamiento	74
Tabla 57 Precio de Venta Unitario	74
Tabla 58 Cálculo de Ingreso Anual	75
Tabla 59 Proyección de Ingresos.....	76
Tabla 60 Recopilación de Costos	77
Tabla 61 Estado de Resultados Proyectado.....	79
Tabla 62 Flujo de Caja	80
Tabla 63 Tasa de Descuento.....	81
Tabla 64 VAN	82
Tabla 65 TIR.....	82
Tabla 66 Beneficio/Costo	83

Tabla 67 Período de Recuperación.....	84
Tabla 68 Cálculo de Meses y Días para la Recuperación.....	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estructura de pérdidas totales en millones de USD durante el 2020	9
Figura 2 Variación del VAB por industria-porcentaje	10
Figura 3 Edad	12
Figura 4 Género	13
Figura 5 Conocimiento de plataformas de streaming	14
Figura 6 Plataforma más utilizada	15
Figura 7 Permanencia en la plataforma	16
Figura 8 Cuanto paga aproximadamente en total de suscripciones en plataformas	17
Figura 9 Le gustaría ser creador de contenido	18
Figura 10 Contenido que más visualiza	19
Figura 11 Se suscribiría al creador de contenido o canal	20
Figura 12 Precio dispuesto a pagar	21
Figura 13 Significado del logo	29
Figura 14 Mapa de procesos	32
Figura 15 Flujograma de suscripciones	33
Figura 16 Ubicación geográfica de oficinas	34
Figura 17 Esquema de las áreas de la empresa	34
Figura 18 Matriz FODA	45
Figura 19 Objetivos Estratégicos	47
Figura 20 Organigrama Estructural	48
Figura 21 Organigrama Funcional	48

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA PLATAFORMA DE STREAMING EN LA CIUDAD DE QUITO.

AUTOR: Fernando Sánchez Arcos

TUTOR: Lic. Carlos Marcelo Borja Galeas MBA

RESUMEN EJECUTIVO

Este plan de negocios es factible para su aplicación y ejecución debido a la gran demanda de contenido digital que actualmente existe a nivel global, además de las tendencias de creación de contenido por parte de las personas que buscan demostrar sus talentos o incluso ser de ayuda motivacional para los espectadores a través de su contenido, la idea surge desde la demanda de entretenimiento durante la pandemia del COVID-19 debido a que la gente se acostumbró a estar en casa y su única forma de distracción era consumiendo en medios digitales. El objetivo principal es determinar si se puede aplicar el presente proyecto en la ciudad de Quito, tomando en cuenta su alta demanda, para ello, se fijó un análisis del mercado en el cual se evidenció de que la gente está en búsqueda de este tipo de plataformas para su entretenimiento y en muchos casos desean formar parte de esta. Al ver el potencial que tiene el plan de negocios se fijó una inversión inicial de \$41.199,99 dividiendo este valor entre accionistas con fondos propios y un préstamo financiero para su aplicación con un 55% y 45% respectivamente. Recopilando los datos necesarios para la ejecución del plan a través de encuestas y cifras estadísticas se procede con una evaluación financiera para un análisis más minucioso y certero de su rentabilidad. Dentro del análisis financiero se toma en cuenta desde la inversión inicial necesaria hasta el período de recuperación, arrojando datos que muestran que en poco más de 3 años se recuperaría los fondos destinados y que incluso los años posteriores serían de amplio beneficio debido al consumo constante de los servicios de streaming y digitales.

DESCRIPTORES: Creador de contenido, plan de negocios, servicio, streaming

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

THEME: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION AND MARKETING OF
A STREAMING PLATFORM IN THE CITY OF QUITO.

AUTHOR: Fernando Sánchez Arcos

TUTOR: Lic. Carlos Marcelo Borja Galeas MBA

EXECUTIVE SUMMARY (ABSTRACT)

This business plan is feasible for its application and execution due to the great demand for digital content that currently exists globally, in addition to the trends of content creation by people who seek to demonstrate their talents or even be of motivational help for viewers through its content, the idea arises from the demand for entertainment during the COVID-19 pandemic because people got used to being at home and their unique form of distraction was consuming digital media. The main objective is to determine if the present project can be applied in the city of Quito, using its high demand, in fact, the market analysis was established in which it was evidenced that people are in search of this type of platforms for their entertainment and in many cases, they want to be part of it. With the potential of the business plan, an initial investment of \$41,199.99 was set, dividing this value between shareholders with own funds and a financial loan for its application with 55% and 45% respectively. Compiling the necessary data for the execution of the plan through surveys and statistical figures, a financial evaluation is carried out for a more detailed and accurate analysis of its profitability. Within the financial analysis, it is considered from the initial investment necessary to the recovery period, the data results that shows that in little more than 3 years the destined funds would be recovered and that even the following years would be of great benefit due to the constant consumption of streaming and digital services.

KEYWORDS: Business plan, content creator, service, streaming

INTRODUCCIÓN

Debido a la alta demanda de consumo de contenido digital a través de los años y más aún durante el período de la pandemia del COVID-19 por el confinamiento que se vivió, surge la idea de implementar una plataforma de streaming para dar conocer el potencial y habilidades que tiene la gente alrededor del mundo con este medio, enfatizando todas y cada una de las características que lo hacen un entorno único, además de girar en un entorno latinoamericano teniendo como énfasis en el mercado ecuatoriano. Con esta idea en mente se inicia un previo análisis para lanzar el presente plan de negocios, tomando en cuenta todos los recursos necesarios para su funcionamiento, el personal que se va a contratar, mediante la aplicación de leyes que permitan la instauración y el análisis financiero de la empresa desde su inversión hasta su rentabilidad de esta empresa.

Al ir enfocado dentro del entorno informático y tecnológico se fija un entorno de evolución y mejora constante con adaptaciones no solo tecnológicas sino también sociales, generando un ambiente agradable y único tanto dentro como fuera de la empresa, esto debido a que el futuro se avecina y los cambios que enfrentamos a diario nos envuelven en situaciones donde necesitamos de la tecnología para satisfacer nuestras necesidades personales y profesionales.

El contenido del plan de negocios se detalla a continuación.

Capítulo 1, se comienza por un estudio de mercado y comercialización para conocer su existe la demanda necesaria y estimar la oferta óptima para su aplicación, además de conocer el tipo de cliente al cuál lo vamos a destinar tanto por parte de espectador como de creadores de contenido.

Capítulo 2, la operación se da conocer mediante los distintos implementos necesarios para poder desempeñar las labores necesarias de su funcionamiento junto con su capacidad futura de producción determinando factores de suministros y sociales para los empleados y clientes.

Capítulo 3, para el apartado organizacional se toma en cuenta el personal necesario para cada función y puesto determinado, incluso se da a conocer la estructura interna de la empresa, juntamente con la misión, visión, procesos y objetivos de esta.

Capítulo 4, es imperativo tener en cuenta el marco legal para una correcta constitución de la empresa y un manejo correcto de las leyes, al tratarse de una plataforma se debe tener en

cuenta varios requisitos no solo para funcionar a nivel nacional sino de igual manera a nivel internacional.

Capítulo 5, una vez recopilada toda la información previamente mencionada se procede con el análisis financiero de este plan y su factibilidad, para ello se recopila todos los datos necesarios conjuntamente sus cálculos necesarios y determinación de estos, de tal manera que el resultado obtenido manteniendo el orden y una correcta administración de estos recursos indican que será un plan de negocios factible para su ejecución.

CAPITULO I

Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

El estudio de mercado es un pilar fundamental en los negocios ya que la investigación de un mercado nos permite apuntar antes de disparar. (Silva, 2020)

El objetivo del capítulo es conocer el proceso de promoción y análisis del mercado acorde a la competencia, teniendo en cuenta la manera de pensar y actitudes de cada persona en un entorno digital al igual que su comportamiento. Se busca encontrar un índice de factibilidad al emplear el presente proyecto de comercialización de entretenimiento a través de una plataforma digital y la dirección del público al cual enfocarse, sin descartar las estrategias empleadas para alcanzar un enfoque certero de negocio.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

Fundamentación del Servicio o Producto.

A raíz de la pandemia del COVID-19 se ha evidenciado un claro consumo masivo de entretenimiento a través de canales digitales en los cuales la gente buscaba escapar de las rutinas diarias y la tensión del momento de la situación médica a global, por lo tanto, se evidencia en que el uso de plataformas de streaming son el claro ejemplo de evolución de herramientas tecnológicas más atractivas del mercado digital; por otro lado se encuentra el contenido que se ha de transmitir, destacando el público al que va dirigido y su impacto psicosocial dentro del mismo. (Pérez, 2021)

Un punto imperativo que hacen más atractiva a una página o una plataforma es la facilidad de usarla, por lo tanto, al implementar un sistema e interfaz amigable y concisa se tornará en un punto agradable para el usuario, esto se ve demostrado en el aspecto social de cada persona y de igual manera se tendrá en cuenta el mantener la constante atención del usuario para afianzar la confianza dentro de la experiencia dentro de la plataforma. (Durard Mejía & Patiño Sierra, 2021)

El uso y servicio de esta plataforma hace fuerza al llamarse “Eqinox TV” enfatiza el mercado ecuatoriano alrededor del mundo, generando incluso oportunidades de empleo informal e impulso nacional, además permitirá demostrar las capacidades, talentos, habilidades y pasiones por parte de los creadores de contenido siendo como punto de atención el potencial Latinoamericano, siendo más específico, el ecuatoriano; a través del uso de suscripciones y donaciones los creadores tendrán la oportunidad de disfrutar una experiencia única en la que podrán relacionarse con su público e interactuar con ellos, al igual que los espectadores se llevarán una impresión agradable del contenido en el cual están interesados ya sea este gaming, cocina, consejos, baile o análisis críticos, y por último pero no menos importante, se llevará a cabo una constante promoción de la plataforma a través de marketing o publicidad externa para generar un mayor impacto y atracción a esta nueva era, demostrando que el futuro cada vez está más cerca de lo que pensamos.

Tabla 1 Características del servicio



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

- La plataforma digital estará enfocada en ofrecer entretenimiento a través de la influencia de contenido por parte de los creadores.
- Se mantendrá un servicio de atención al cliente y de retroalimentación constante para los usuarios y creadores de contenido.
- En la plataforma se integrará una interfaz amigable y fácil de usar para la familiarización de esta.

- La seguridad informática será regulada a través de un sistema único que ofrecerá tranquilidad al usuario desde el momento que ingresa hasta el momento que sale.
- Se integrará herramientas exclusivas para los creadores de contenido para que puedan mejorar su canal generando énfasis al público espectador.
- La publicidad de la plataforma y su promoción se realizará mediante auspiciantes y campañas.
- Las membresías generarán un ingreso primordial para los creadores de contenido para impulsar su dedicación y a su vez un porcentaje de ingreso para la plataforma.
- El material digital que se ofrecerá estará dentro de la plataforma siendo un punto a favor para incentivar a la comunidad a formar parte como creadores.
- Regularmente se estará evaluado la calidad del servicio brindado con el sistema e interfaz de la plataforma, ya sean estos en la parte técnica, interfaz o social.
- Los creadores de canal tendrán la oportunidad de contar con una herramienta dentro de la plataforma donde podrán visualizar y analizar las estadísticas detalladamente de su canal.

1.3 Mercado

El mercado está direccionado a hombres y mujeres que tengan pasión por lo que les gusta hacer con un amplio deseo de darse a conocer. Teniendo en cuenta que la situación que atravesamos de la pandemia fue un claro indicio que las personas buscan entretenimiento para sobrellevar muchas situaciones psicosociales adversas en nuestro entorno. También se tiene en cuenta el impulsar el potencial nacional manteniendo la idea que la tecnología avanza y el futuro se está desarrollado el día de hoy.

Público objetivo de su producto o servicio

Tabla 2 Enfoque de mercado

Aspecto que considerar	Descripción
¿Para quién será realmente relevante?	Hombres y mujeres entre los 18 y 35 años que sean apasionados por lo que hacen y demostrar las habilidades que tienen; personas que buscan entretenimiento digital mediante los distintos tipos de contenido ofrecido por parte de los creadores.
¿Cómo sus prospectos lo están resolviendo	Realizan transmisiones en vivo en la plataforma a través de una experiencia en tiempo real y la interacción con los espectadores mediante un chat y recompensas que pueden utilizar los

actualmente?	espectadores, de igual manera los espectadores pueden suscribirse al canal del creador para una mejor experiencia e interacción con el creador
¿Cómo son estas personas?	Apasionados por el gaming y entretenimiento. <ul style="list-style-type: none"> - Jóvenes cursando sus primeros años de estudios universitarios en busca de un ingreso a través de esta afición - Mujeres y hombres que buscan generar sus propios ingresos a través de la transmisión en vivo de los talentos y habilidades que busca dar a conocer
¿Son mayoritariamente hombres o mujeres?	Para hombres y mujeres
¿En qué rango de edad se encuentra la mayoría?	Entre 18 y 35 años
¿Qué apreciaría tanto que estuviera dispuesto a pagar por ellos?	El ser reconocido a nivel nacional e internacional como creador de contenido y vivir experiencias únicas dentro de la plataforma, tanto desde el punto de vista de creador como espectador, adicionalmente el interactuar directamente con el streamer en tiempo real
¿Qué deseo tienen que usted va a hacer realidad?	Generar sus propios ingresos a través de lo que les gusta y promover el entusiasmo por lo que les gusta
¿Cómo es su estilo de vida?	Personas que actualmente buscan darse a conocer a través de medios digitales y formar parte del mundo tecnológico demostrando sus talentos o pasiones, enfatizando aquellos que estudian de manera semipresencial o a distancia, sin descartar la posibilidad de realizarlo a manera de hobby y salir de su rutina diaria
¿Cuáles son sus principios y valores?	Constancia, integridad, transparencia y pasión por las cosas que hacen

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Categorización de sujetos

Se categoriza de la siguiente forma:

- Comprador: Espectadores.
- Decidor: Espectadores
- Usuario: Creadores de contenido

- Influyente: Personas cercanas y conocidos

Tabla 3 Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Espectadores que buscan vivir una experiencia junto al creador de contenido
¿Quién usa?	Personas en busca de entretenimiento en vivo, estudiantes jóvenes
¿Quién decide?	Público espectador
¿Qué influye?	Personas cercanas y conocidos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Estudio de Segmentación

El presente estudio de segmentación se llevará a cabo en la ciudad de Quito, en la provincia de Pichincha a los usuarios que dispongan de dispositivos móviles y computadores y hagan uso de plataformas de streaming o entretenimiento.

Tabla 4 Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	Económica y social
TIPO DE COMPRA:	Comparativa
RELACIÓN CON LA MARCA:	Sí
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 5 Dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	No HABITANTES
PAÍS	Ecuador	17'806,189
REGIÓN	Sierra	7'847,136
PROVINCIA	Pichincha	3'228,233
CIUDAD URBANA Y RURAL	Quito	2'781,641

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: El autor

Tabla 6 Dimensión demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	No HABITANTES
EDAD	18 a 35 años	1'001,391
SOCIOECONOMÍA	Desempleo, subempleo, empleo no remunerado y empleo informal	1'975,738
ESCOLARIDAD	Bachilleres/media y ninguno	862,302

Fuente: (INEC, 2010) y (Quito Cómo Vamos DMQ, 2020)

Elaborado por: El autor

Tabla 7 Dimensión psicográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	No HABITANTES
USO DEL PRODUCTO	Personas que utilizan internet	893,576
BENEFICIOS ESPERADOS	Uso de plataforma a manera de usuarios	573,972

Fuente: (INEC, 2021) y (Ecuador Estado Digital 2021, 2021)

Elaborado por: El autor

Plan de muestreo

El presente plan de muestro se lleva a cabo en base a la población entre 18 y 35 años que se encuentran en situaciones de desempleo, subempleo, empleo no remunerado y empleo informal teniendo en cuenta la tasa de uso de medios digitales que es de 32%, dando así un total de 573,972.

Para determinar el universo de sujetos a ser investigados y encuestados, se ha implementado la fórmula finita para así establecer el número de encuestas a aplicar y de esta manera obtener resultados más precisos.

$N = 573,972$ (Universo)

$Z = 1.96$ (Nivel de confianza)

$P = 0.5$ (Probabilidad de que ocurra el evento)

$q = 0.5$ (Probabilidad de que no ocurra el evento)

$e = 5\%$ (Error de estimación máximo aceptado)

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

$$n = \frac{573,972 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (573,972 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 399,73$$

Con el cálculo realizado mediante la fórmula se puede determinar que se realizarán 400 encuestas y serán aplicadas en la ciudad de Quito.

Instrumentos para recopilar información

Se ha optado por implementar una tabla donde plantea las necesidades en base al presente proyecto.

- Realizar una determinación y análisis de datos recopilados en base a la demanda potencial dentro del mercado al cual va enfocado el servicio.
- Dimensionar los aspectos técnicos y estratégicos al momento de implementar el servicio.

Tabla 8 Métodos de recolección

Objetivo Específico: Realizar el reconocimiento de la demanda potencial para brindar servicios de streaming y entretenimiento.

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Reconocer la existencia del mercado potencial	Primaria	Personas	Encuesta
Inquietudes del consumidor para adquirir el servicio	Primaria	Personas	Encuesta
Preferencias y gustos del consumidor	Primaria	Personas	Encuesta
Disposición para formar parte de la plataforma	Primaria	Personas	Encuesta
Fijar e identificar un valor máximo a cancelar en plataformas digitales	Primaria	Personas	Encuesta
Tendencias y contenido de los consumidores	Primaria	Personas	Encuesta
Consecuencias socioeconómicas de la pandemia	Secundaria	Artículos, noticias y publicaciones científicas	Bases de datos bibliográficas y estadísticas hemerográficas
Identificar la competencia	Secundaria	Plataformas de	Observación

streaming

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 9 Cuadro de necesidades

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar los servidores y servicios de streaming	Primaria	Publicaciones y artículos científicos	Fichas bibliográficas y hemerográficas
Gestión de datos e-commerce y almacenamiento digital	Primaria	Publicaciones, artículos científicos y libros	Fichas bibliográficas y hemerográficas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Desarrollo de Instrumentos

Para el diseño y recolección de información se lleva a cabo una encuesta para la recopilación de información primaria y de igual manera se investiga medios bibliográficos y hemerográficos científicos acordes al tema planteado.

Información secundaria

Consecuencias socioeconómicas de la pandemia

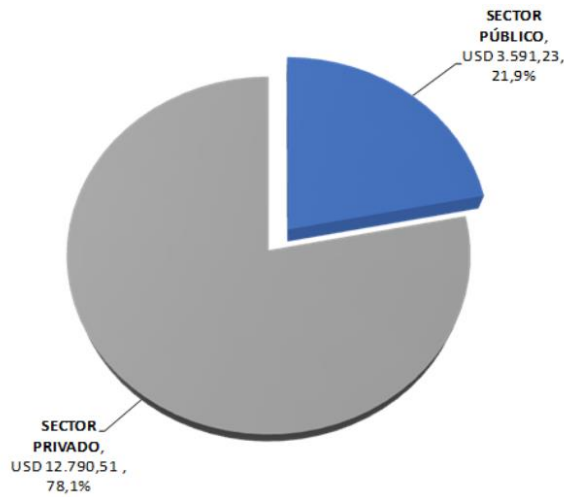
Después de lo sufrido en el año 2020 por la pandemia del COVID-19 el Banco Central señala las estadísticas de la caída en el PIB de marzo a diciembre del mismo año de un 6,4%, los presentes datos incluso fueron avalados por organismos nacionales como internacionales para la coordinación de recopilación de información.

Mediante un proceso de estimación inicia un análisis estadístico de los resultados de pérdidas totales económicas a través de la Evaluación de Necesidades Pos-Desastres o por sus siglas en inglés (PDNA) para el país de Ecuador.

En este punto y frente a un momento nunca vivido como el caso del COVID-19, las pérdidas netas de tanto del sector público como privado alcanzaron un total de 16.381,7 millones de dólares durante el período de tiempo de marzo a diciembre, los saldos netos de

pérdidas representan el 16,6% en valores corrientes.

Figura 1 Estructura de pérdidas totales en millones de USD durante el 2020



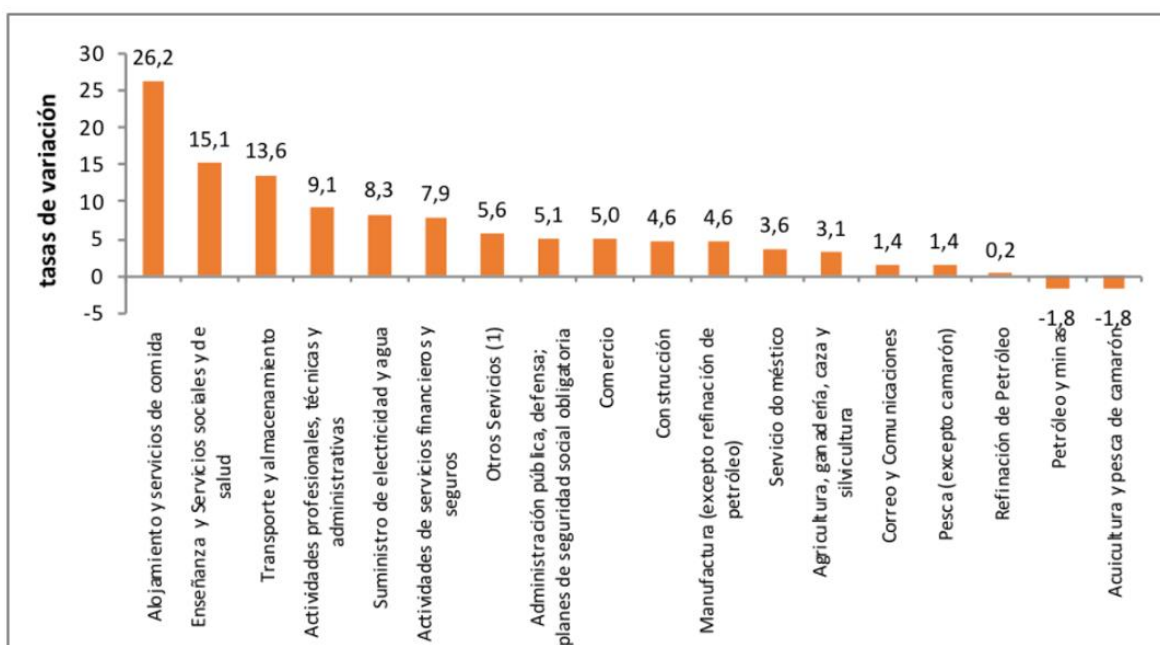
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2020)

En base a las estadísticas recopiladas en el período de marzo a diciembre del 2020 nos señala que la mayor pérdida de PIB fue por parte del sector privado de 12.790,51 USD millones que representa el 78,1% del total neto; por otro lado, el sector público sufrió una pérdida de 3.591,23 USD millones representando así un 21,9% del total neto.

Teniendo esto en cuenta, se puede observar una reducción considerable en el PIB del país y esto a su vez genera una reacción en cadena afectando al mercado laboral, marcando índices más altos de desempleo o subempleo, los cuales, muchos perduran hoy en día.

A nivel de industrias estos efectos se harían notar de manera súbita ya que dentro del mismo período se registraron distintas pérdidas netas en cada área representado a mediante tasas de variación en el Valor Agregado Bruto (VAB).

Figura 2 Variación del VAB por industria-porcentaje



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2020)

La industria más afectada fue el alojamiento y servicios de comida con un notable 26,2% de variación, seguido de la enseñanza y servicios sociales y de salud con un 15,1%.

Teniendo esto en cuenta, se analizó una variación leve en el sector de correo y comunicaciones haciendo énfasis en el uso de dispositivos digitales, ya que con ellos durante la pandemia su uso era casi indispensable para varias actividades tanto profesionales como educativas, sin dejar de lado el entretenimiento digital buscado en medio del difícil momento a nivel mundial.

Identificación de la competencia

Antes de la pandemia se identificaron distintas plataformas de entretenimiento digital tales como YouTube o Facebook, pero no fue hasta el inicio del 2020 con el confinamiento a nivel global que varias plataformas salieron al mercado como es el ejemplo de Twitch, Facebook Gaming y Trovo, ya que el consumo de este contenido tanto digital como de gaming aumentó en grandes cantidades.

Tabla 10 Plataformas de streaming con mayor cantidad de usuarios en el mercado

PLATAFORMA	LUGAR DONDE OPERAN	TIEMPO EN EL MERCADO	USUARIOS	STREAMERS
Twitch 	Nivel Global	Fundado en 2011	Aproximadamente cuenta con 140 millones de usuarios registrados	Aproximadamente cuenta con 7.5 millones de creadores activos
YouTube 	Nivel Global	Fundado en 2005	Aproximadamente cuenta con 2.6 billones de usuarios	Alrededor de 1 millón de usuarios son streamers activos
Facebook Gaming 	Nivel Global	Fundado en 2018	Alrededor de 15 millones de usuarios activos	Posee aproximadamente 2 millones de streamers activos
Trovo 	Nivel Global	Fundado en 2020	Alrededor de 5 millones de usuarios activos	Actualmente posee poco más de 200 mil streamers

Fuente: (Díaz, 2022), (Baumann, 2021), (Pallares, 2021) y (Fernández, 2021)

Elaborado por: El autor

Información primaria

➤ Encuesta

La encuesta nos brinda la opción de recopilar información en base a los gustos del cliente y las preferencias más importantes, al igual que su influencia al momento de vivir la experiencia en la plataforma digital de streaming, creación de contenido y gaming. Además, este instrumento nos ayuda a señalar la demanda potencial que posee este tipo de servicios.

Análisis e interpretación

Tabla 11 Edad

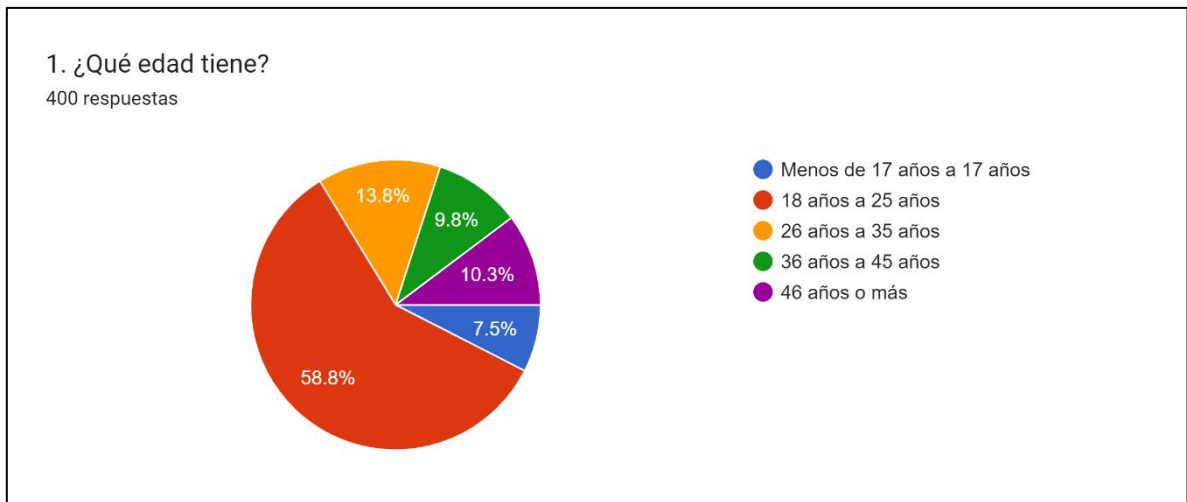
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Menos de 17 años a 17 años	7.5%	30
18 años a 25 años	58.8%	235
26 años a 35 años	13.8%	55
36 años a 45 años	9.8%	39
46 años o más	10.3%	41

TOTAL	100%	400
--------------	-------------	------------

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Figura 3 Edad



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

El 58.8% de las encuestas aplicadas arroja que la mayoría de población encuestada tiene un rango de edad entre los 18 años y 25 años siendo una clave esencial de las edades de público que se busca impactar, al igual que el 13.8%, siendo el segundo porcentaje más alto y de igual manera formaría una pieza fundamental de jóvenes que están inmersos en este mundo tecnológico.

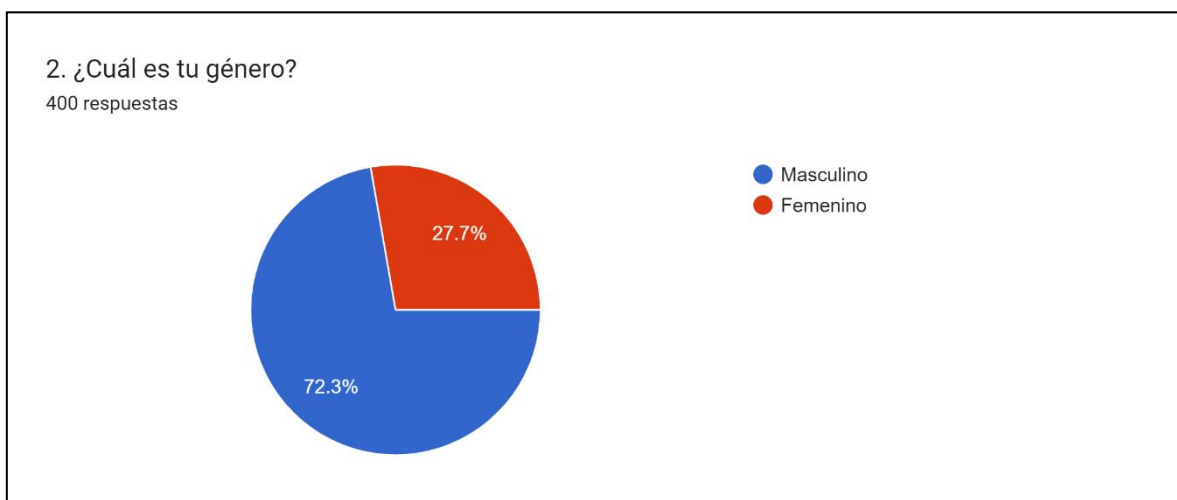
Tabla 12 Género

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Masculino	72.3%	289
Femenino	27.7%	111
TOTAL	100%	400

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Figura 4 Género



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

El 72.3% de las encuestas realizadas muestra que la mayoría corresponden al género masculino, mientras que el 27.7% corresponden al género femenino, de esta manera se puede señalar que la mayoría de público al cual va dirigido es a hombres, pero no descarta la posibilidad de integrar mujeres de igual manera.

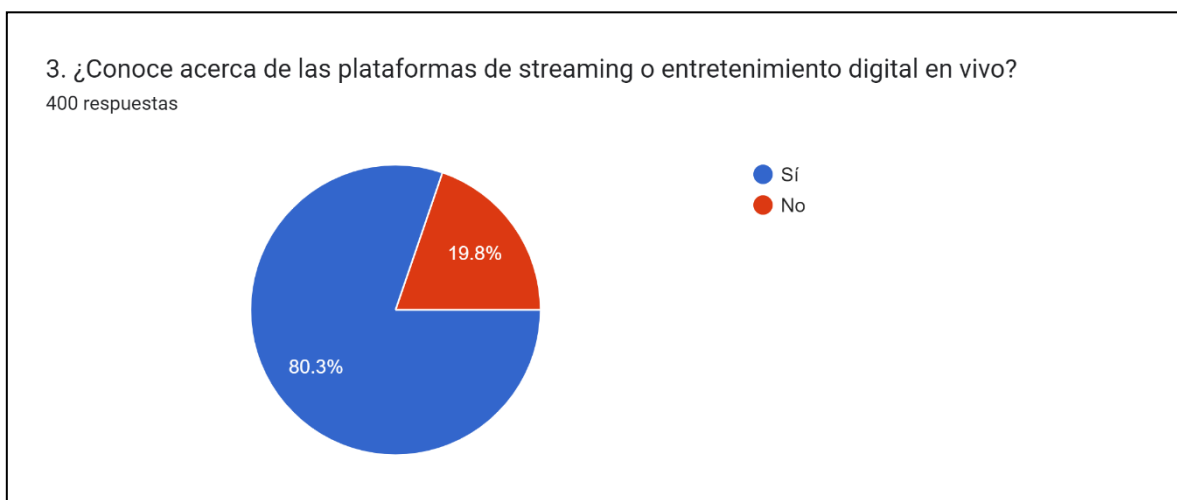
Tabla 13 Conocimiento de plataformas de streaming

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Sí	80.3%	321
No	19.8%	79
TOTAL	100%	400

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Figura 5 Conocimiento de plataformas de streaming



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Del total de las encuestas aplicadas el 80.3% tiene conocimiento de lo que son las plataformas de streaming o entretenimiento digital en vivo, por otro lado, se va a implementar una socialización mediante redes sociales constantemente para que puedan acoplarse al porcentaje mayoritario, demostrando eso sí sus beneficios y recompensas.

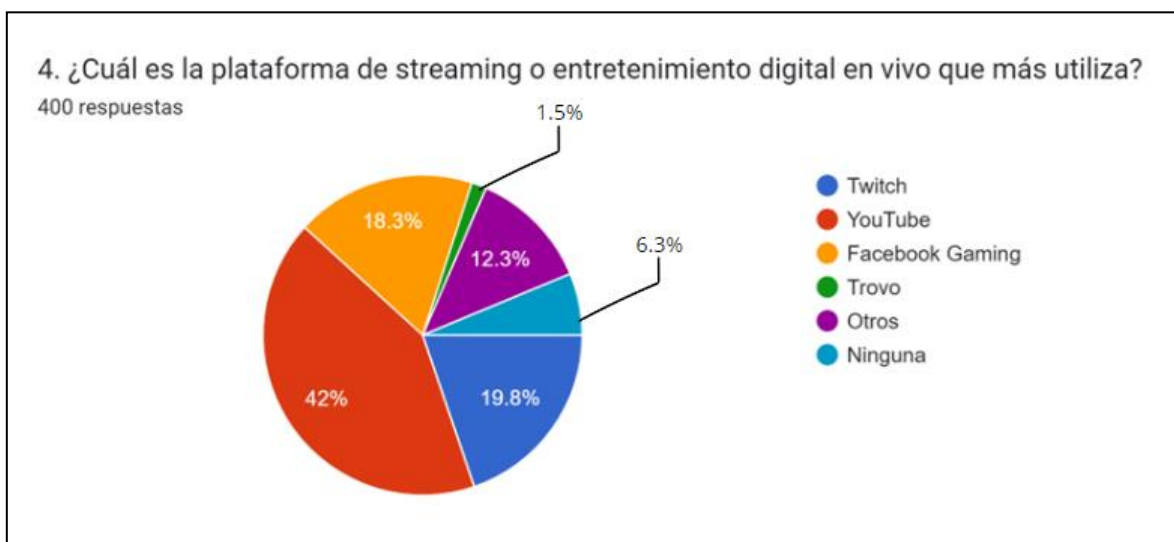
Tabla 14 Plataforma más utilizada

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Twitch	19.8%	79
YouTube	42.0%	168
Facebook Gaming	18.3%	73
Trovo	1.5%	6
Otros	12.3%	49
Ninguna	6.3%	25
TOTAL	100%	400

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Figura 6 Plataforma más utilizada



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

En base a las encuestas aplicadas, las tres plataformas más utilizadas son YouTube con un 42% siendo la más concurrida, seguida de Twitch con un 19.8% y por Facebook Gaming con un 18.3%, de esta manera se puede evidenciar las potenciales plataformas competencia.

Tabla 15 Permanencia en la plataforma

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
1 mes	4.8%	19
3 meses	12.0%	48
6 meses	13.7%	55
9 meses	57.0%	228
12 meses	12.5%	50
TOTAL	100%	400

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Figura 7 Permanencia en la plataforma



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

La mayoría de las encuestas realizadas que corresponden al 57% indican que permanecerían suscritos a las plataformas por al menos 9 meses continuos, demostrando que la permanencia en la plataforma promedio anual es prometedora, al igual que las suscripciones de 6 y 12 meses.

Tabla 16 Cuanto paga aproximadamente en total de suscripciones en plataformas

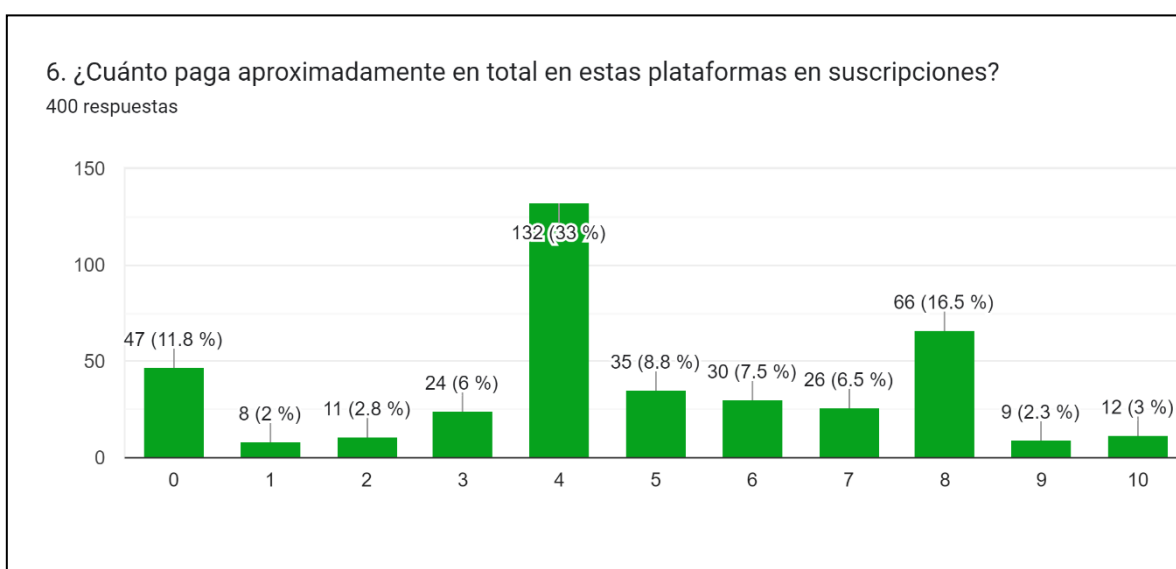
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
0	11.8%	47
1	2.0%	8
2	2.8%	11
3	6.0%	24
4	33.0%	132
5	8.8%	35
6	7.5%	30
7	6.5%	26
8	16.5%	66
9	2.3%	9

10	3.0%	12
TOTAL	100%	400

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Figura 8 Cuanto paga aproximadamente en total de suscripciones en plataformas



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Del total de encuestas aplicadas el 33% señala que pagan alrededor de \$4 en suscripciones a estas plataformas al mes, seguido del 16.5% que pagan alrededor de \$8 al mes en suscripciones, indicando que el precio de estas suscripciones ronda más de \$4.

Tabla 17 Le gustaría ser creador de contenido

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Sí	88.8%	355
No	11.3%	45
TOTAL	100%	400

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Figura 9 Le gustaría ser creador de contenido



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

El 88.8% del total de encuestas aplicadas, indica que si les gustaría formar parte de la plataforma en carácter de creadores de contenido o streamers, ya que de esta manera pueden monetizar y generar ingresos a través de esta, generando así un cliente adicional en la plataforma.

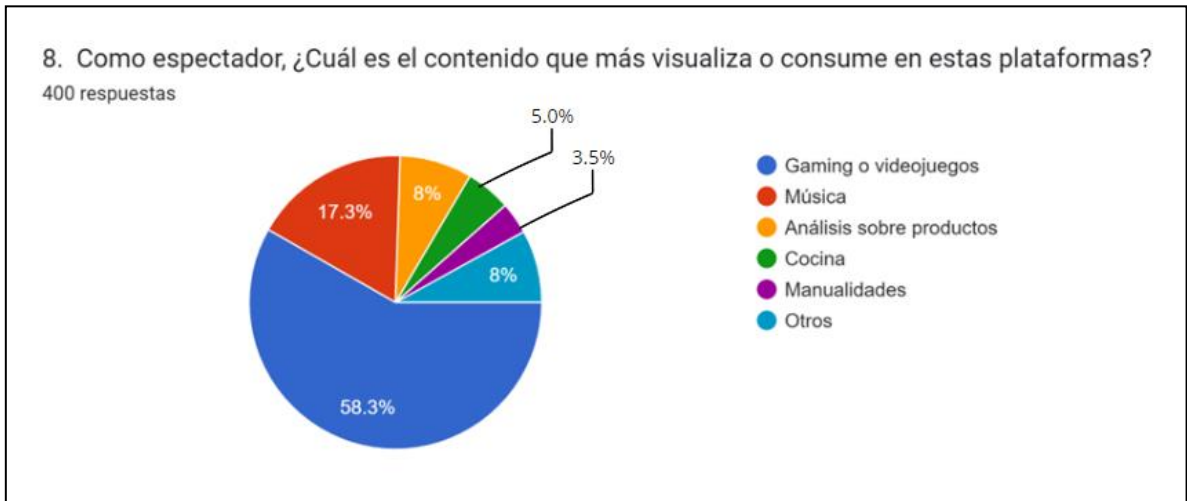
Tabla 18 Contenido que más visualiza

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Gaming o videojuegos	58.3%	233
Música	17.3%	69
Análisis sobre productos	8.0%	32
Cocina	5.0%	20
Manualidades	3.5%	14
Otros	8.0%	32
TOTAL	100%	400

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Figura 10 Contenido que más visualiza



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Del total de encuestas aplicadas la mayoría que corresponde al 58.3% el contenido que más visualiza en estas plataformas es de gaming o videojuegos, por tal motivo, el énfasis que se tendrá en esta plataforma será gaming, pero sin descuidar otros contenidos los cuales la gente es fanática o les gusta.

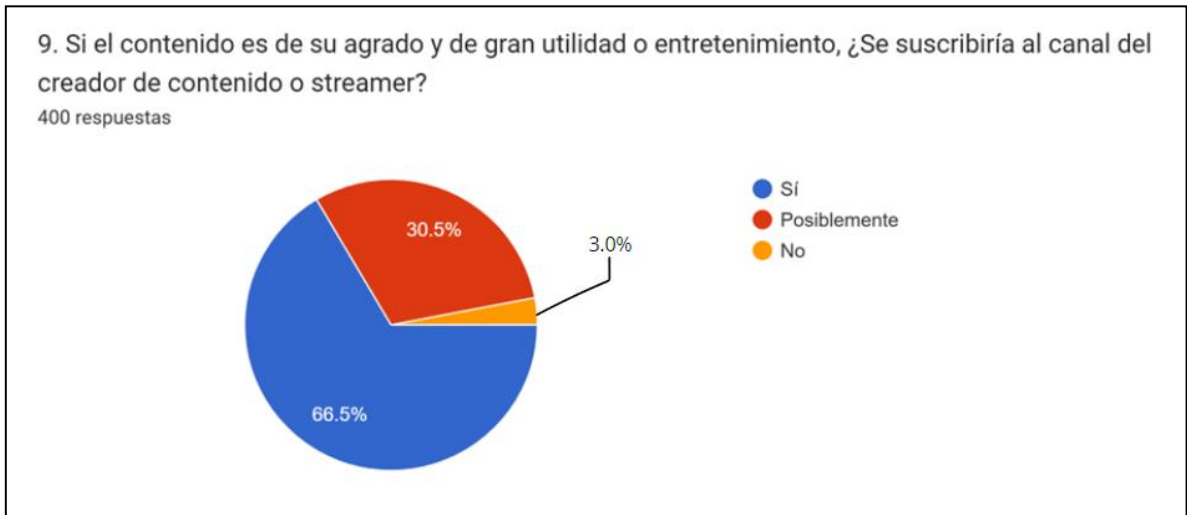
Tabla 19 Se suscribiría al creador de contenido o canal

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Sí	66.5%	266
Posiblemente	30.5%	122
No	3.0%	12
TOTAL	100%	400

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por:

Figura 11 Se suscribiría al creador de contenido o canal



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

En base a las encuestas aplicadas, el 66.5% indica que, si se suscribiese al canal del creador de contenido ya que es de su agrado o utilidad el contenido visualizado, adicionalmente existe un porcentaje del 30.5% que posiblemente se suscribiría al canal; si lo elevamos a un caso en el que el 50% del punto de “posiblemente” se suscriba, elevaría el presente dato de 66.5% a un 81.75%, aumentando la rentabilidad de la plataforma.

Tabla 20 Precio dispuesto a pagar

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
\$1.00 el primer mes y luego \$5.00 los siguientes meses	25.0%	100
\$2.00 el primer mes y luego \$3.50 los siguientes meses	61.3%	245
\$2.50 el primer mes y luego \$4.00 los siguientes meses	13.7%	55
TOTAL	100%	400

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

Figura 12 Precio dispuesto a pagar



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: El autor

La mayoría de los encuestados correspondiente a un 61.3% indican que estarían dispuestos a pagar \$2.00 el primer mes y luego \$3.50 los siguientes meses, de tal forma, que en base a este análisis se puede determinar que el precio de la suscripción se fijaría en este punto y de igual manera lo volvería más atractivo ya que en base a datos previamente analizados la mayoría de los encuestados pagan más de \$4.00 al mes.

1.4 Demanda Potencial

Para determinar la demanda se tomó en cuenta la investigación de campo a través de las encuestas aplicadas y los resultados obtenidos de la pregunta número 9, se lo analiza de la siguiente forma.

Tabla 21 Demanda potencial en personas

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	CANTIDAD	REFERENCIA
Universo de estudio		573,972	
Población interesada	81.75%	469,222	Pregunta 9

Fuente: Encuestas aplicadas y Análisis de campo

Elaborado por: El autor

En base al análisis de la demanda potencial en personas se puede determinar que hay 469,222 personas interesadas para el año 2022.

Tabla 22 Demanda potencial en servicios

FRECUENCIA	%	POBLACIÓN	CANTIDAD DE SERVICIOS (ANUAL)	SERVICIOS DEMANDADOS (ANUAL)
1 mes	4.8%	27,550	1	27,550
3 meses	12.0%	68,877	3	206,631
12 meses	12.5%	71,747	12	860,964
6 meses	13.7%	78,634	6	471,804
9 meses	57.0%	327,164	9	2,944,476
TOTAL	100%	573,972	31	4,511,425

Fuente: Encuestas aplicadas y Análisis de campo

Elaborado por: El autor

Los resultados obtenidos muestran que la demanda al año sería de 4,511,425 servicios teniendo en cuenta la pregunta número 5 de la encuesta realizada y observando los porcentajes respectivos de frecuencia de permanencia en la plataforma.

Tabla 23 Proyección de demanda

AÑO	DEMANDA EN UNIDADES	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL
2022	4,511,425	1.40%
2023	4,574,585	1.40%
2024	4,638,629	1.40%
2025	4,703,570	1.40%
2026	4,769,420	1.40%
2027	4,836,192	1.40%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.5 Análisis del Macro y Micro Ambiente

Análisis del micro ambiente

Tabla 24 Matriz de análisis de fuerzas

Matriz de Análisis de Fuerzas				
FUERZAS	Oportunidades		Amenazas	
Poder de los compradores	1	Servicios económicos de streaming	1	Servicios reconocidos de streaming
	2	Diseño personalizado	2	Limitadas manera de diseño
	3	Sencillez de adquisición	3	Problemas de logística
	4	Just in time	4	Demora por problemas tributarios
	5	Formas de pago accesibles	5	Problemas con entidades bancarias
Nuevos competidores / potenciales	1	Mercado nacional	1	Empresas multinacionales fabriquen el producto
	2	Amplia variedad de herramientas para competidores	2	Ampliación de competitividad entre plataformas
	3	Precio y calidad accesible	3	Productos económicos de buena calidad
	4	Crecimiento gradual en la región	4	Mercados ya existentes en regiones establecidas
	5	Alianzas estratégicas con las PYMES, entidades internacionales y municipales	5	Empresas con convenios con los servidores
Rivalidad con establecidos	1	Pocos competidores	1	Libertad de apertura de plataformas
	2	Demanda en la región establecida	2	Socialización a las regiones con empresas ya establecidas
	3	E-commerce nacional a través de plataforma	3	Fuerte costo de mantenimiento de la plataforma

	4	Expansión mediante la absorción de pequeñas empresas con la misma propuesta de valor	4	Oportunidad que estas empresas se asocien con multinacionales
	5	Facilidad de obtención de créditos	5	Leyes en contra de PYMES
Poder de los proveedores	1	Sugerir nuevos tipos de productos y servicios	1	Limitación de servidores
	2	Nuevas ideas de socialización e implementación de la plataforma	2	Servicios necesarios muy costosos
	3	Convenios con proveedores de servicios digitales	3	Problemas de conexión por situaciones fortuitas
	4	Servicios con estándares de calidad	4	Servicios o recompensas para espectadores nuevos de menor costo
	5	Mejora de estabilidad y conexión constante	5	Inaccesibilidad a las áreas lejanas de cobertura
Productos sustitutos	1	Insumos o equipos de bajo costo o segunda mano	1	Productos nuevos de menor costo
	2	Equipos ecológicos	2	Precio excesivamente elevado
	3	Equipos desechables o de uso único	3	Rechazo por parte de los inversores al querer un producto de mejor calidad
	4	Equipos o servicio prima reciclable	4	Excesivo costo de fabricación y procesos de reciclaje
	5	Equipos y servidores con optimización de conexión y rendimiento	5	Gastos de investigación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Análisis del macro ambiente

- **Factores geográficos**

Al tratarse de un servicio en línea y de consumo global mediante conexión a internet, varias regiones no tendrían uso de este servicio debido a que no cuentan con acceso a dispositivos digitales o conexión a internet, estas limitaciones se ven más evidentes cuando

se trata de distintas regiones con costumbres y culturas diferentes, su estilo de vida e incluso su nivel de ingresos, de tal manera, se plantea una perspectiva distinta para hacer énfasis a este contexto. (Durard Mejía & Patiño Sierra, 2021)

- **Factores tecnológicos**

El uso constante de dispositivos tecnológicos puede generar dependencia de estos, de tal manera que genera un consumo elevado de material y contenido digital que hoy en día en menores de edad y jóvenes tiene un impacto significativo, teniendo esto en cuenta va de la mano con el contenido que se consume en base a las tendencias en redes sociales o páginas en línea, demostrando que en su mayoría el contenido visualizado no es de gran utilidad para ellos. (Durard Mejía & Patiño Sierra, 2021)

Otro factor para considerar es la demanda e implementación del mercado con servidores internacionales para su respectiva comercialización y socialización a nivel global de la plataforma y sus beneficios, esto además de volverse un punto esencial para el mercadeo de la marca tiene un impacto a nivel tecnológico al implementar una interfaz y contenido de entretenimiento óptimo para cada consumidor.

- **Factores sociales**

La influencia social se vuelve una variable necesaria en este punto ya es parte de la influencia del servicio y de lo que se busca conseguir, esto va enfocado a la experiencia vivida en plataformas con las cuales no cumplen expectativas o sencillamente no son de atracción para el consumidos, incluso las actualizaciones constantes deben ser proyectadas con mejoras pero estas no suelen ser factibles o contienen errores e influyen en la relación con el cliente, generando malestar y disgusto con la plataforma. (Ding, Lin, & Zhang, 2020)

El punto de vista de que todo debe ser positivo y que el impacto al consumidos debe ser de la misma manera, es imposible de alcanzarlo en un 100%, de tal manera que las mejoras continuas, el contenido actualizable e incluso la interacción directa con los creadores de contenido a través de suscripciones debe generar la mejor experiencia posible para el consumidor y que esta influencia se denote en los comportamientos de grupos y personas individuales. (Durard Mejía & Patiño Sierra, 2021)

- **Factores económicos**

El mundo del streaming se basa netamente en el entretenimiento, pero más aún cuando este es vivo y tienes la oportunidad de interactuar en tiempo real con tu streamer favorito o creador favorito, sin embargo, también se toma en cuenta la satisfacción del servicio para la continuidad de una suscripción al mismo, dentro de este nivel existen distintas posibilidades que afectan al querer continuar o no, si la plataforma es fácil de usar, el contenido es de mi agrado o utilidad, disponibilidad de fondos, problemas socioeconómicos en el país de origen, influencia de redes sociales, entre otros. (Durard Mejía & Patiño Sierra, 2021)

Tabla 25 Análisis de factores incontrolables y oportunidades

Ámbito	Factor Incontrolable	Oportunidad
Geográfico	Limitación en acceso a internet y consumo de entretenimiento digital	Socialización y campañas de marketing con municipios para la implementación de acceso de internet, adicionalmente de una alianza publicitaria con dichas entidades
Tecnológico	Consumo masivo de contenido no necesario por parte de jóvenes y niños y la implementación de servidores internacionales	Alianzas estratégicas con servidores y entidades internacionales para la implementación de servidores y campañas de marketing, además de la regulación constante de consumo para los espectadores a manera de control parental
Social	Contenido que afecta a las emociones y acciones del consumidor ya sean por componentes de la plataforma o la experiencia	Implementación de una interfaz amigable y fácil de usar para la atracción de los espectadores al igual que la aplicación de una breve encuesta de satisfacción para mejoras y actualizaciones de mejora
Económico	Renovación de suscripción por motivos socioeconómicos	Lanzamiento de planes de campañas para tornarse creador de contenido y monetizar a través de la plataforma, además de la primera suscripción con un

		descuento considerable para experimentar los beneficios de la plataforma y de los creadores.
--	--	--

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Proyección de la oferta.

En base al estudio de las suscripciones y membresías de los potenciales competidores en el mercado se tomó en cuenta el porcentaje de estas suscripciones en el territorio ecuatoriano 100% de su población, luego se fijó el porcentaje de la población en Quito en el país. (Quito Cómo Vamos DMQ, 2020)

Con el dato de esta población se desglosó del porcentaje total de suscriptores que dispone Twitch a nivel nacional, reduciéndolo al porcentaje de la ciudad, arrojando un total de 19,500 suscriptores en Quito. (Queiruga, 2022)

En Facebook Gaming se tomó en cuenta el total de usuarios que son creadores o dueños de páginas y estos a su vez reciben suscripciones por ello y se desglosó de igual manera para la ciudad de Quito, realizando la proyección respectiva se fijó en un total de 639,800 suscriptores. (Ponce, 2021)

Para analizar el caso de YouTube se tomó en cuenta la cantidad de canales que reciben membresías o personas suscritas de manera premium a su canal, se enfatizó a nivel nacional para después regularle a nivel de Quito en base a proyecciones directas de membresías arrojando un total de 1,139,713 membresías o suscriptores a canales de YouTube. (Pinzón, 2017)

En base a la industria global de Medias y Entretenimiento (E&M) se fijó una tasa de crecimiento anual constante en el sector de streaming en video de un 1,11%. (Inversor Latam, 2021)

Tabla 26 Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA (SERVICIOS)	TASA DE CRECIMIENTO DEL SECTOR
2022	1,799,013	1,11%
2023	1,818,982	1,11%
2024	1,839,173	1,11%
2025	1,859,588	1,11%
2026	1,880,229	1,11%
2027	1,901,100	1,11%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

Se analiza la demanda insatisfecha con los datos obtenidos previamente de la proyección de la demanda y los datos de la proyección de la oferta en base a la cantidad de servicios ofertados por parte de la competencia y así señalar si se puede satisfacer al mercado a través de este servicio.

Tabla 27 Demanda potencial insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI	DPI (MESES)	DPI (DIAS)
2022	4,511,425	1,799,013	2,712,412	226,034	7,535
2023	4,574,585	1,818,982	2,755,657	229,638	7,655
2024	4,638,629	1,839,173	2,799,456	233,288	7,776
2025	4,703,570	1,859,588	2,843,982	236,999	7,900
2026	4,769,420	1,880,229	2,889,191	240,766	8,026
2027	4,836,192	1,901,100	2,935,092	244,591	8,153

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.7 Diseño de marca (branding)

La idea de la marca es llegar a todas partes a través de la plataforma y mostrar los talentos de cada persona, sus pasiones por las cosas que le gustan, el énfasis más grande va en el mercado Latinoamericano y el potencial que este tiene en el ámbito de creación digital o gaming. Es un espacio donde puedes ser tú mismo explotando las habilidades que tienes ya

sean estos en videojuegos, música, cocina, manualidades, análisis y críticas de productos, entre muchas más, todo esto en un solo lugar, además de mostrar que el futuro ya es el día de hoy con el avance constante de la tecnología y la interacción social digital.

- El nombre es “Eqinox TV” que significa equinoccio y esto hace relevancia al país de Ecuador ya que es la mitad del mundo y desde este lugar estaremos en cada rincón.
- Significado del logotipo

Figura 13 Significado del logo



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

- El eslogan de la empresa es “Pasión por tus sueños”.
- El diferencial de esta plataforma es el énfasis latinoamericano y el apoyo al creador de su contenido desde el primer día, mientras otras plataformas solo te incentivan a crear contenido, pero no recibes el apoyo que mereces, aquí desde el momento que decides formar parte como creador de contenido enfatizaremos en verte crecer con consejos y herramientas para que lo alcances.
- Como espectador el diferencial que tienes es el algoritmo de recomendados en base a los contenidos de tus gustos y las recompensas de canal que obtendrás al momento de suscribirte al canal del creador, superposiciones, overlays y alertas, recompensas en vivo y destacar tus mensajes del chat en tiempo real.

1.8 Estrategias de marketing

Se implementa estrategias de marketing a través de redes sociales y promoción dentro de las mismas con todo esto apuntando a la realización de campañas publicitarias presenciales y digitales, además de la asociación con entidades nacionales e internacionales para la difusión de la plataforma y de los beneficios. También se resaltaré el potencial del sector gaming para realizar eventos de este tipo a través de la plataforma mostrando sus diferenciales, incluso se generará promoción con una alianza estratégica con Amazon y sus servidores globales ya que la implementación de estos serán un valor agregado para el marketing de la plataforma.

1.9 Plan de comunicación

Tabla 28 Plan de comunicación

OBJETIVO	ESTRATEGIA	PROYECTOS ESTRATEGICOS	MEDIO PUBLICITARIO	PRESUPUESTO TIEMPO	RESPONSABLE	INDICADOR
Difusión de la plataforma y lanzamiento	Marketing y publicidad a través de redes sociales, ads en aplicaciones y campañas	Analizar la tendencia de uso e interacción de usuarios dentro de redes sociales y aplicaciones similares	Instagram Twitter Google Ads	\$ 500 01 de Febrero al 01 de Abril	Analista de marketing, programador y gerente general	Resultados de las estadísticas de cada medio
	Testeo de la plataforma con eventos gaming dentro de la misma	Coordinación de eventos gaming con auspiciantes para atraer al público	Eqinox TV Instagram	\$ 3000 01 de Febrero al 01 de Diciembre	Analista de marketing y gerente general	Número de espectadores, difusiones en redes sociales e interacciones

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

CAPITULO II

Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

Analizar y determinar las partes esenciales para la ejecución correcta de las operaciones dentro de la empresa, fijando cada una de ellas y su utilidad, todo esto con el fin de desarrollar óptimamente cada tarea necesaria para ofrecer el servicio planteado dentro del modelo de negocios

2.2 Descripción del proceso

Se señala y detalla cada uno de los procesos para ofrecer el servicio de entretenimiento y creación digital a través de una plataforma de streaming. Se ha fijado procesos estratégicos, procesos misionales y procesos de soporte y apoyo.

Los procesos estratégicos van enfocados netamente al a la gestión estratégica y directiva de la empresa, teniendo en cuenta la junta administrativa como la junta de accionistas como parte fundamental de la cabeza de la empresa, estos a su vez son delimitados por la organización jerárquica determinado para cada grupo de trabajo.

Manteniendo la característica esencial y estructura de un flujograma, además de un orden de operaciones los procesos misionales son aquellos que brindan y otorgan el valor que prima en la empresa tales como, la gestión de adquisición que realizará el abastecimiento constante mediante el orden respectivo para solicitar los implementos necesarios ya sean estos físicos o tecnológicos para el servicio de la plataforma; la gestión de desarrollo de software estará ligada a la parte informática con la finalidad de mantener la calidad de servicio al cliente que se busca ofrecer y una ayuda oportuna en casos de seguridad informática, y la gestión de comercialización y distribución, esta última tendrá su nexo con el área de marketing ya que es imperativo que la plataforma se pueda promocionar a través de campañas, generando un mayor impacto en los consumidores al conocer acerca de la plataforma.

Figura 14 Mapa de procesos



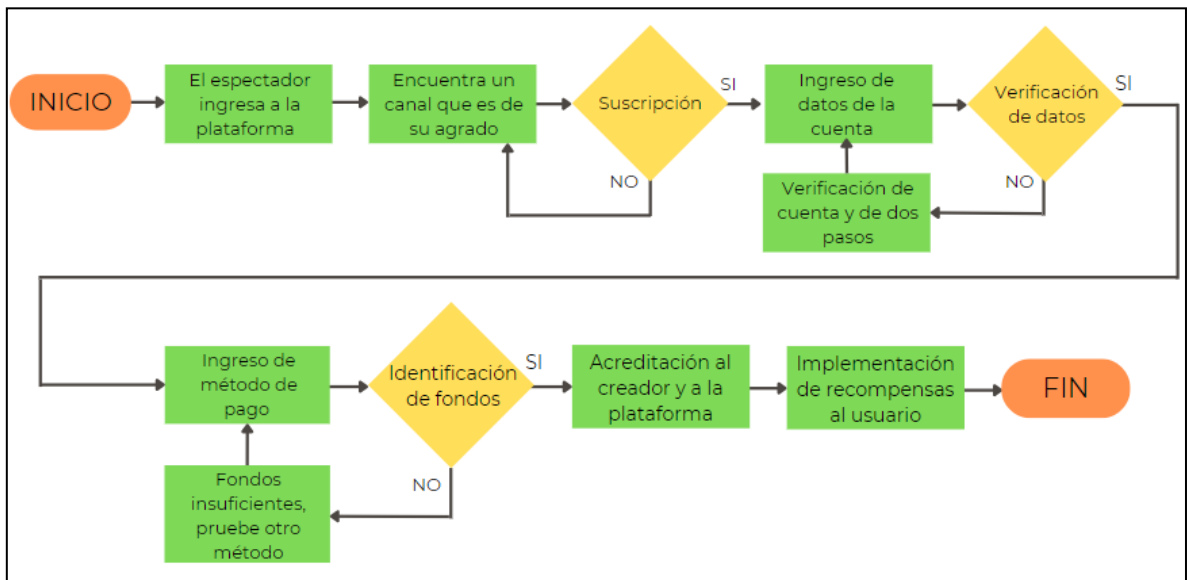
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Se tendrá en cuenta que dentro de este servicio irá enfocado a dos tipos de clientes, el primero serían los espectadores o consumidores de los contenidos proyectados en dentro de la plataforma, añadiendo la oportunidad de vivir una experiencia para ellos al momento de suscribirse al canal del creador de contenido o streamer para así formar parte del entorno digital en el que en ese momento se encuentra, los mismos tendrán acceso a distintas recompensas y artículos digitales únicos para que puedan utilizarlos en el chat en vivo, como superposición en la transmisión o incluso llegar a formar parte de la transmisión en vivo junto al creador.

El segundo cliente vendrían a ser los creadores de contenido que mediante la decisión de formar parte de la plataforma como streamer deberán cumplir requisitos puntuales para poder aplicar a este programa, de igual manera se verificará la aceptación del formulario donde se indicará todas las cláusulas entre el creador y la plataforma tanto en la parte social como económica, una vez aprobado este punto se procede con la implementación de un método de pago por parte del creador, de esta manera podrá generar sus propios ingresos. Una vez aprobados todos los puntos anteriores el aplicante pasará a formar parte de la plataforma como creador y tendrá acceso a diseñar sus propias recompensas de su canal que serán posteriormente otorgadas a sus suscriptores.

Figura 15 Flujograma de suscripciones



Fuente: Investigación propia

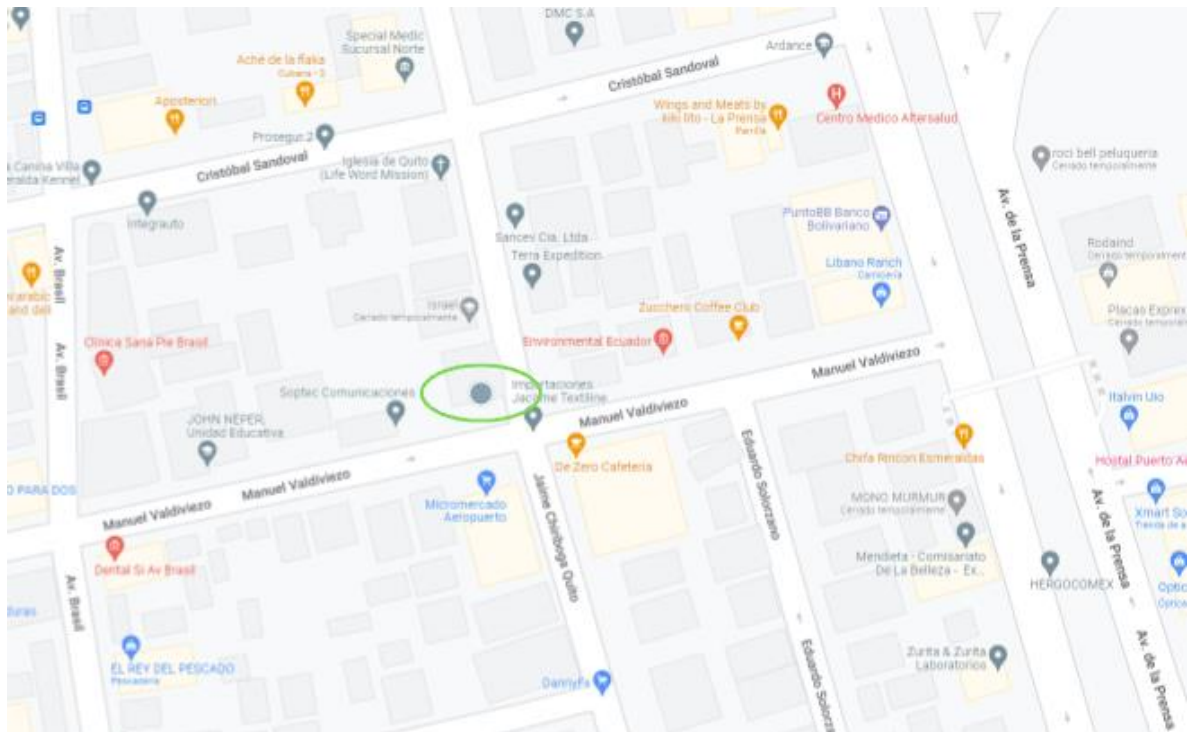
Elaborado por: El autor

Descripción de instalaciones, equipos y personas

Las instalaciones que se requieren son netamente enfocadas a la ubicación interna de servidores físicos y material informático, mientras que, por otro lado, las oficinas administrativas o el espacio de operaciones no necesita mayor espacio ya que al tratarse de una plataforma en línea debe centrarse en mantener el cuidado y mantenimiento respectivo.

De igual manera contará con un pequeño espacio para recepción en caso de que algún cliente o posible consumidor se acerque presencialmente a las instalaciones por algún motivo puntual, estas estarán ubicadas próximamente en la calle Manuel Valdiviezo y Jaime Chiriboga.

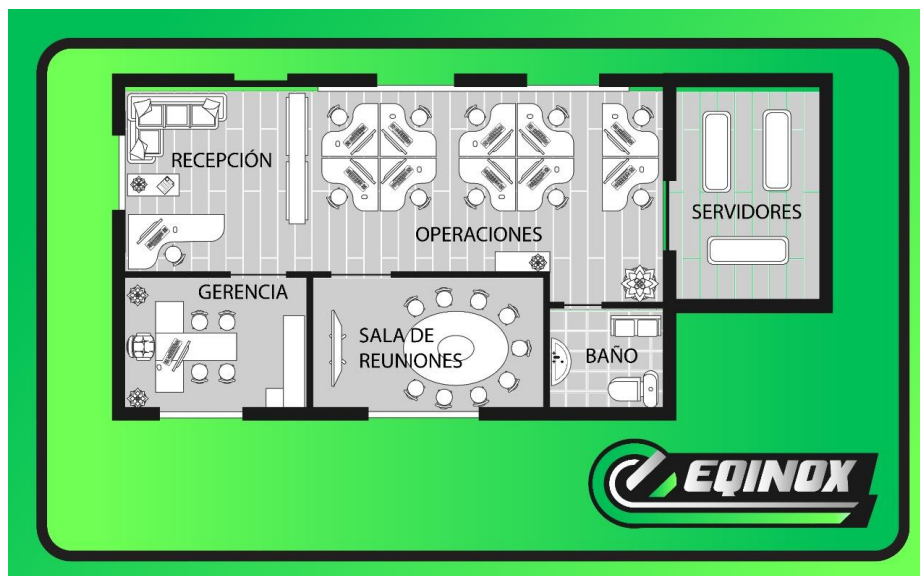
Figura 16 Ubicación geográfica de oficinas



Fuente: Google Maps

Elaborado por: El autor



Figura 17 Esquema de las áreas de la empresa




Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 29 Descripción de equipos

Actividad	Equipo	Características (ver ficha técnica)	Valor
Almacenamiento y procesamiento de datos de los usuarios, conexión de usuarios con la plataforma	<p>Servidor Dell Poweredge T150 Xeon Octa Core Ram 16gb 2tb Dvd</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - procesador Intel Xeon e-2336g de 2.9GHZ, 8mb cache 12m controlador Smart array s100I soporta raid 0/1/5/10 (sólo sata) - memoria RAM 16gb (1X16GB) ddr4 pc4-25600 3200MHZ UDIMM (MAX. 128gb) - disco duro 2tb sata 3.5" lff (MAX. 32tb) - case con bisel y llave 4 bahías para discos sata - dos puertos de red 1gbps lom full dúplex - puerto de video VGA - 6 puertos USB 3.0 posterior - 1 puerto USB 2.0 (1 frontal) - fuente de poder de 300w no removible en caliente - 2 ranuras pci-E gen 4 - 2 ranuras pci-E gen 3 	\$1950
Diseño de interfaz, programación y control de los servidores	<p>Cpu Gamer Intel Core I5 10ma/hdd 1tb 8gb Gtx1650 4gb Iva</p> 	<p>Procesador Intel Core I5-10400 2.90 GHZ 10ma Generación, -Motherboard -Disco Duro De 1 Tera 7200 RPM -Memoria Ram 8GB -5 Puertos USB -Teclado Multimedia USB -Mouse Óptico USB -Parlantes De 5W Conexión USB -Tarjeta de video GTX 1050 4GB GDDR5</p>	\$779
Monitoreo y visualización del estado de los datos del servidor	<p>Monitor Quasad Qm-s20 20 Pulgada Fullhd 1080p 75hz Hdmi Vga</p> 	<p>Tamaño: 19.5 pulgadas – 50.8cm Resolución: 1920x1080 Full-HD Frecuencia de refresco: 75Hz Color: Negro mate Puertos: HDMI – VGA Soporte: Pedestal y VESA</p>	\$375


		75mm Incluye cable HDMI	
Reserva de energía eléctrica	<p>Generador Eagle Diesel 9,5kw A 10,5kw Motor 23hp 110/220v</p> 	<p>Generador Eagle diesel 9,5kw a 10,5kw Energial: 110/220v Motor: 23hp It290f Motor a Diesel de 4 tiempos Potencia máxima 2200w 2 toma corriente de 110v 1 toma corriente de 220v Aceite recomendado 15w40</p>	\$5094

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 30 Implementación de oficina y activos fijos

Actividad	Equipo	Características (ver ficha técnica)	Valor
Ubicación de computadores	<p>Escritorio personal</p> 	Escritorio personal con tres cajoneras y llave	\$100
Desempeño de labores y comodidad	<p>Silla ergonómica giratoria</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Silla neumática-ergonómica con base cromada de cinco puntas. - Asiento con esponja de alta densidad y espaldar tapizado en malla importada. - Movimiento neumático para regulación de altura. - Apoyabrazos en acabado de polipropileno. - Color: Negro 	\$40
Organización de documentos y manejo de información física	<p>Archivador 4G con seguridad</p> 	<p>Archivador de metal 4 cajones medianos Llave de seguridad Color negro Pintura electroestática -122cm de alto -46cm de ancho -54cm de fondo</p>	\$85

Visualización de documentos y manejo de archivos digitales	<p>Computador Cpu Intel Core I5 10ma Generación 1tb 8gb y Monitor Led 20 pulgadas</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -Procesador Intel Core I5-10400 2.90 10ma Generación -Motherboard Chip Intel Soporta Core I3, I5, I7 -Disco Duro de 1 Tera 7200 RPM -Memoria RAM 8GB -5 Puertos USB -Case -Teclado Multimedia USB -Mouse Óptico USB -Parlante USB -Monitor LED LG de 20" 	\$525
Impresión de documentos físicos	<p>Impresora Epson L3210</p> 	<p>Recarga de tinta Impresiones a full color y blanco y negro Conexión con Wi-Fi Sistema de copia e impresión Original multifunción</p>	\$150

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 31 Descripción de personas

Actividad	Tiempo	No. Personas	Horas- hombre
	(por actividad) (minutos)		
Programación y desarrollo de la plataforma	480	2	40
Atención al cliente y feedback	480	2	40
Marketing	480	1	40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tecnología a aplicar

Hoy en día los planes de negocio y todos los modelos de distribución analizados como

streaming se están tornando comunes en los medios e industrias culturales. (Carvajal, 2020)

A pesar de ello, es necesario el observar constantemente las actitudes de desarrollo de estrategias para que estas puedan conocer a profundidad las acciones del consumidor, fomentar el uso continuo y la implementación de los servicios de transmisión a futuro. (Carvajal, 2020)

Al tratarse de una plataforma digital en línea es importante señalar la optimización y comodidad del usuario al momento de experimentar dentro de esta al igual que todas las herramientas necesarias para su desarrollo:

- Inteligencia Artificial: Se incorpora un sistema interno de lectura de patrones y algoritmos en base a los gustos y acciones del usuario para así poder asignar canales o contenido relacionado en base a sus búsquedas o interacciones.
- Página web: Una plataforma de streaming debe mantener una constante conexión por internet hacia los servidores, por lo tanto, su composición y programación se desarrollan en base a lo solicitado, sin dejar de lado la carga simultanea de espectadores y la calidad de visualización.

Factores que afectan las operaciones

Tabla 32 Factores que afectan al servicio

N.º	Tipo de factor	Descripción
1	Económico	- Falta de liquidez para cancelar sueldos al personal y puedan cumplir con sus funciones.
2	Humano	- Problemas y errores de programación por parte del personal informático
3	Tecnológico	- Caídas de servidores tanto internos como en línea. - Fallos de los equipos ya sean estos informáticos o administrativos. - Sobrecarga de servidores o interacciones simultáneas.
4	Eléctrico	- Fallos o variables de energía. - Cortes de luz eléctrica.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

2.3 Capacidad de Producción

Para identificar la capacidad de producción de la empresa, se tomó en cuenta la demanda insatisfecha señalada en la Tabla 27. Además, en la industria global de Medias y Entretenimiento (E&M) se fijó una tasa de crecimiento anual constante en el sector de streaming en video de un 1,11%. (Inversor Latam, 2021) Adicionalmente se anexó el dato en base a la proyección de cantidad de cuentas verificadas por año del 27% en estas plataformas reduciéndolo al sector de Quito (Soto, 2021) y se fijó un número de 100 transmisiones por creador al año.

Tabla 33 Capacidad de producción futura

Año	Número de servicios 1.11%	Cant. Cuentas verificadas por año 27%	Número de transmisiones al año por creador	Total transmisiones al año	Capacidad de espectadores	Cant. Espectadores en la plataforma	Capacidad productiva de los servidores	Total de servicios por año
1	4511425	7338	52	381576	8,46%	32274	50,0%	16137
2	4561502	9319	52	484602	10,62%	51483	50,0%	25741
3	4612134	11835	52	615444	13,34%	82125	50,0%	41062
4	4663329	15031	52	781614	16,76%	131005	50,0%	65503
5	4715092	19089	52	992650	21,05%	208979	50,0%	104489

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

Tabla 34 Recursos necesarios para la ejecución del servicio

Recursos	Sustitutos	Grado de Sustitución	Opción 1	Opción 2
Servidores físicos y digitales	Alquiler temporal de servidores	Alto	Implementación de equipos y servidores dentro de las instalaciones	Ubicar los servidores de manera remota y temporal en otra empresa
Equipos de cómputo o de alta gama	Compra de equipos utilizados o en remate	Medio	Modelos más recientes o gaming	Equipos utilizados o en reventa con características y

				funcionalidades actualizadas
Programador calificado	Programador	Alto	Programador con conocimientos de análisis informático y codificación	Programador con conocimientos generales de informática
Diseñador o especialista en marketing	Diseñador gráfico o analista en marketing	Medio	Analista de marketing y ventas con conocimiento comprobable en diseño digital	Especialista en diseño gráfico o manejo comprobable de herramientas digitales para marcas
Personal administrativo	Analista en administración de empresas o manejo de nómina	Alto	Profesional en administración de personal con conocimientos contables	Analista en atención al cliente y manejo de sistemas tanto administrativos como contables

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

2.5 Calidad

Método de Control de Calidad

Para medir la calidad del servicio de la plataforma y a la vez la experiencia en la misma se ha optado por realizar esta evaluación dentro de ella, de tal manera, que tanto los creadores de contenido como los espectadores puedan medir y calificar puntos específicos de la misma del uso de la plataforma. Para poder calificar, el método empleado será en base al uso de estrellas siendo 0 estrellas como malo o deficiente y 5 estrellas como excelente o muy eficiente, cabe señalar que se realizará la primera vez que un espectador sigue a un creador. El cuestionario por aplicarse en la plataforma es el siguiente:

Espectadores

1. ¿Qué tal le pareció el contenido del stream?



2. ¿Cómo calificaría al creador de canal o streamer?



3. ¿Cómo calificarías el lenguaje y expresiones por parte del creador de contenido o streamer?



4. ¿Cómo califica la experiencia en general en Eqinox?



5. Desea agregar algún comentario o recomendación adicional (opcional)

Creador de contenido

1. ¿Cómo calificas tus primeras experiencias en como creador en Eqinox?



2. ¿Cómo calificas las herramientas digitales por parte de Eqinox?



3. ¿Cómo calificas la calidad y estabilidad de la plataforma durante tus transmisiones?



4. ¿Recomendarías a más personas a formar parte de Eqinox como creadores? Siendo 5 estrellas muy recomendable, como 0 estrellas no recomendable.



5. Desea agregar algún comentario o recomendación adicional (opcional)

2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

Al tratarse de una empresa dedicada al servicio de entretenimiento digital, las oficinas al igual que los implementos digitales serán regularizados de tal manera de poder funcionar como un área administrativa y sede matriz.

El documento necesario otorgado por el ARCSA y regular así a este establecimiento con controles y vigilancia sanitaria, adicionalmente se debe mencionar el registro para el nombramiento y solicitud de RUC para devengar las obligaciones tributarias necesarias dentro del país. (Control Sanitario del Ecuador, 2015)

Además, se debe tener en cuenta que al ser una plataforma internacional los consumos estarán regulados por parte de las entidades tributarias de cada país, es decir, las suscripciones o donaciones a los creadores de contenido se verán reflejados en base a la conversión per cápita de cada nación.

Otro permiso para analizar es el uso de las telecomunicaciones y canales digitales a través de un acuerdo bilateral entre las compañías nacionales como internacionales, esto por la demanda de contenido digital y uso de servidores, tomando en cuenta que se trata de contenido en vivo y más netamente en streaming gaming.

La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), ha presentado el Art. 29 numeral 2 del “Reglamento para la adjudicación de títulos habilitantes para el funcionamiento de medios de comunicación social públicos, privados, comunitarios y sistemas de audio y video por suscripción” comentan al público que se implementa la instalación, operación y explotación de sistemas de audio y video por esta suscripción, además de la aprobación previa por parte de ARCOTEL para la operación, utilización y regularización de servidores bilaterales nacionales e internacionales. (ARCOTEL, 2021)

Seguridad e higiene ocupacional

La salud e higiene ocupacional estará enfocada netamente en las oficinas administrativas para mantener un ambiente óptimo a pesar de las distintas actividades que realiza cada miembro, además se enviará recomendaciones y tips de salud e higiene tanto a los creadores

como a los espectadores con cuentas verificadas para precautelar su bienestar y demostrar el interés de la compañía hacia ellos.

Responsabilidad social de la organización

- Controlar constantemente el deterioro y uso de los equipos por parte del personal de las oficinas administrativas, ya sean estos equipos de cómputo o muebles e implementos necesarios para realizar sus actividades sin problema alguno.
- Realizar pausas activas constantes con el personal para precautelar su salud física y evitar enfermedades a largo plazo.
- Implementación de descansos visuales y socialización, ya que al estar frente a dispositivos de cómputo gran parte del tiempo representa ciertas molestias que van creciendo.
- Capacitaciones constantes al personal interno para la optimización de procesos y mejora continua de actividades, además de brindar nuevos conocimientos para sus labores.
- Campañas y capacitaciones a nivel general con los creadores de contenido y personal para la mejora de rendimiento, análisis de experiencias, potenciación de canales y respuesta de preguntas personalizadas mediante este medio.
- Incentivar a la socialización, de esta manera, tanto los creadores como los espectadores podrán desconectarse por un momento para no dejar de interactuar con su entorno y demostrar que hay un mundo humano y sensible.

CAPITULO III

Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Estipular la organización de la empresa teniendo en cuenta la estructura de esta a nivel organizacional y de gestión. La implementación de los objetivos organizacionales al igual que la misión y visión en base a estrategias medibles, además de la fijación del organigrama general junto con la descripción de puestos y funciones para cada operario.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

Visión de la Empresa

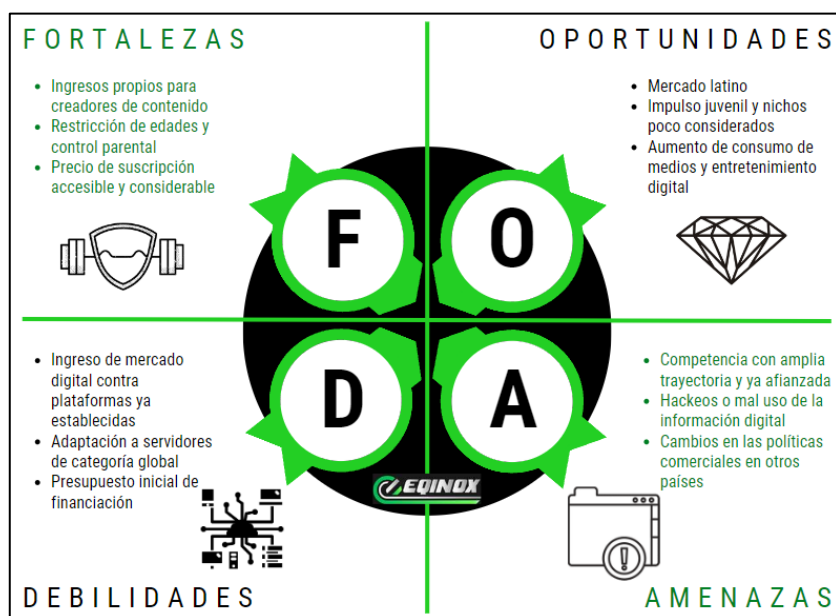
Ser una de las plataformas de entretenimiento digital y streaming más visitadas y reconocidas a nivel internacional al año 2027.

Misión de la Empresa

Somos una empresa que ofrece servicios de entretenimiento y creación digital a través de una plataforma online multidispositivo, para potenciar y explotar las virtudes, habilidades y pasiones de las personas que quieren mostrar al mundo que los talentos abundan.

Objetivos y estrategias

Figura 18 Matriz FODA



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 35 Definición de expectativas y objetivos estratégicos

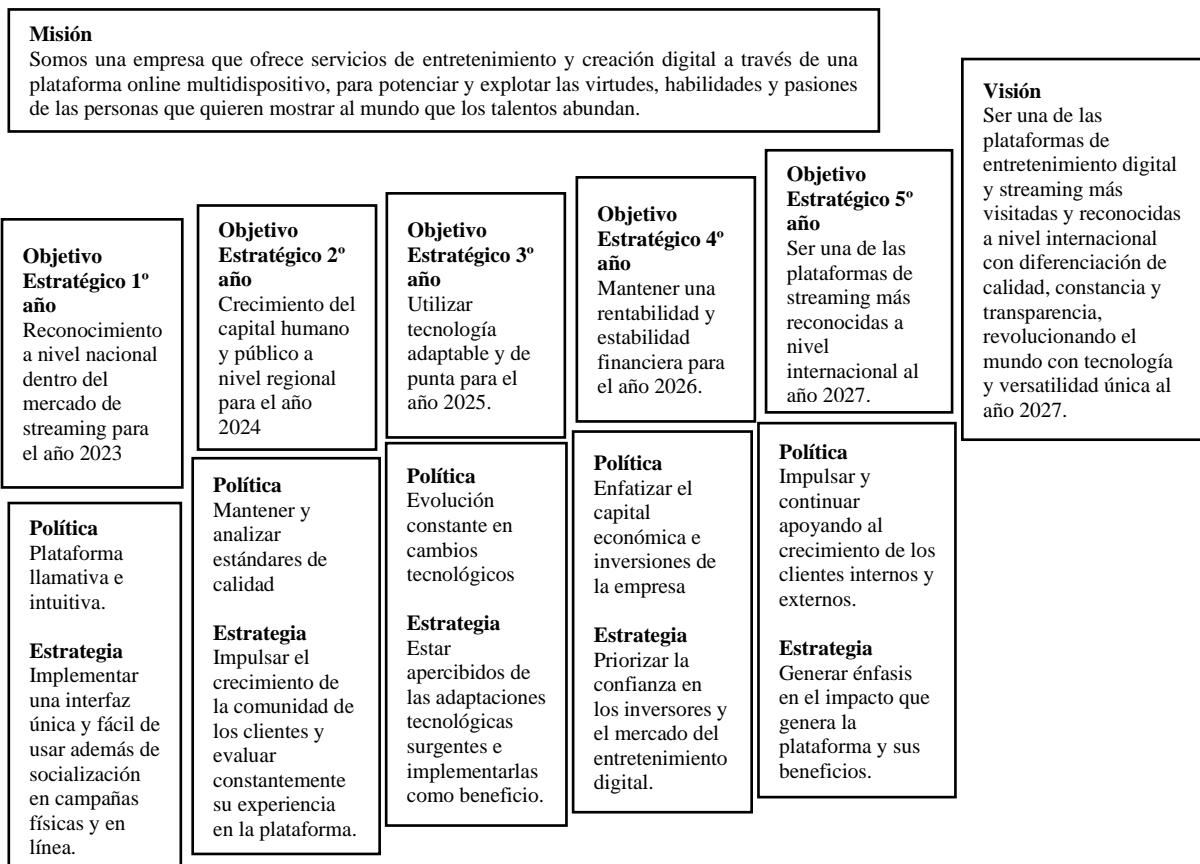
Expectativas	Impulsores	Objetivos Estratégicos
RENTABILIDAD FINANCIERA	Reconocimiento por parte de inversores	Lograr distinción en el mercado de contenido digital y streaming con el fin de ir aumentando el índice de inversión.
	Solvencia y estabilidad financiera	Enfatizar el equilibrio de administración económica tanto para personal como para clientes.
	Aumento de relaciones económicas internacionales	Generar alianzas estratégicas con entidades internacionales tanto en relaciones de marketing y soporte como económicas.
ADAPTABILIDAD TECNOLÓGICA	Mejoras de servicio y cobertura	Implementar sostenibilidad informática a través de servidores de red.
	Socialización y marketing internacional	Generar campañas internacionales a través de redes sociales y marketing digital combinando las nuevas tecnologías surgentes.
	Análisis tecnológicos	Evaluar el estado del servicio y los equipos implementados, tanto a nivel físico como a nivel tecnológico.
CALIDAD EXTERNA E INTERNA	Control de seguridad y procesos de regularización	Implementar seguridad informática constante a través de programas de detección de inconsistencias y errores de uso o hackeos.
	Efectividad de procesos	Establecer un orden de procesos eficiente y medible dentro de cada uno de los puestos de trabajo desde su inicio hasta su final.
	Relacionamiento social y legal	Generar una cultura organizacional en base a estándares de ética y valores internos para el desarrollo de actividades sociales y legales dentro como fuera de la empresa.

CRECIMIENTO DE COMUNIDAD	Satisfacción del cliente y retroalimentación	Medir y evaluar constantemente el feedback proporcionado por los clientes para responder dudas, problemas o sugerencias que estos puedan tener.
	Capital humano	Enfatizar que el crecimiento no solo es físico sino también de personal y demostrar que tanto el personal como los clientes son esenciales para un óptimo crecimiento.
	Experiencias informáticas únicas	Impactar en los clientes los beneficios y las experiencias que pueden vivir dentro de la plataforma al usarla para su disfrute y entretenimiento.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Figura 19 Objetivos Estratégicos



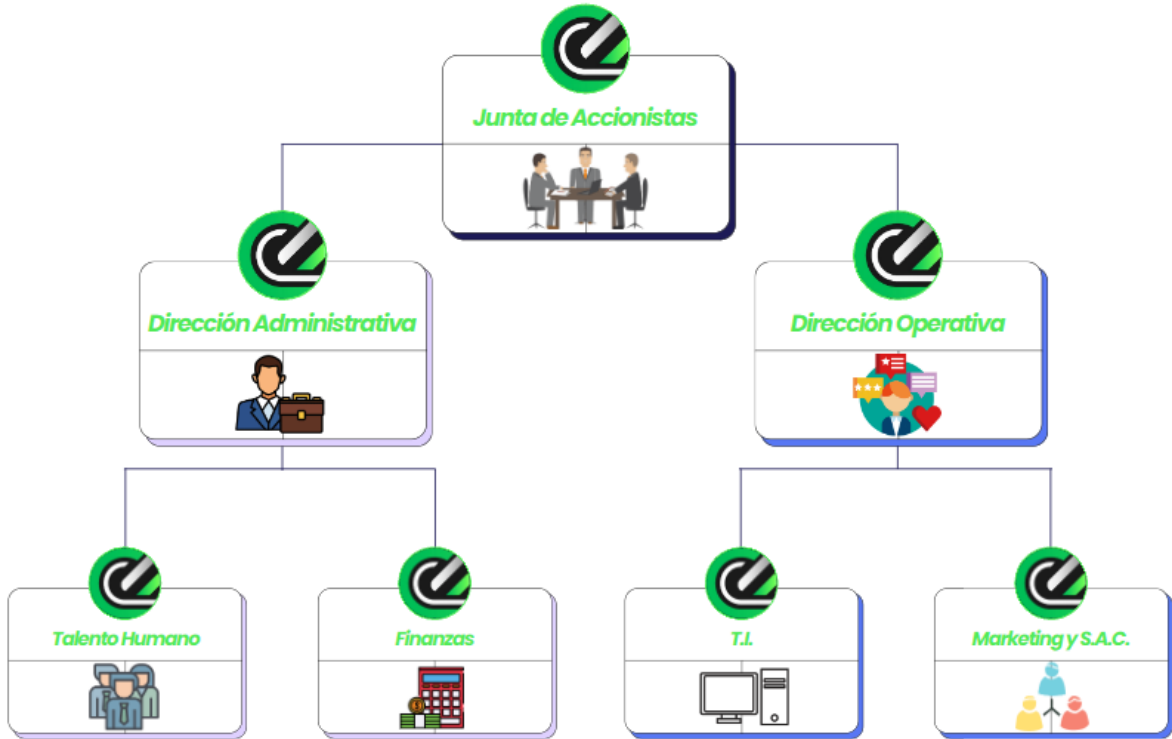
Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: El autor.

3.3 Organización Funcional de la Empresa

Organización Interna

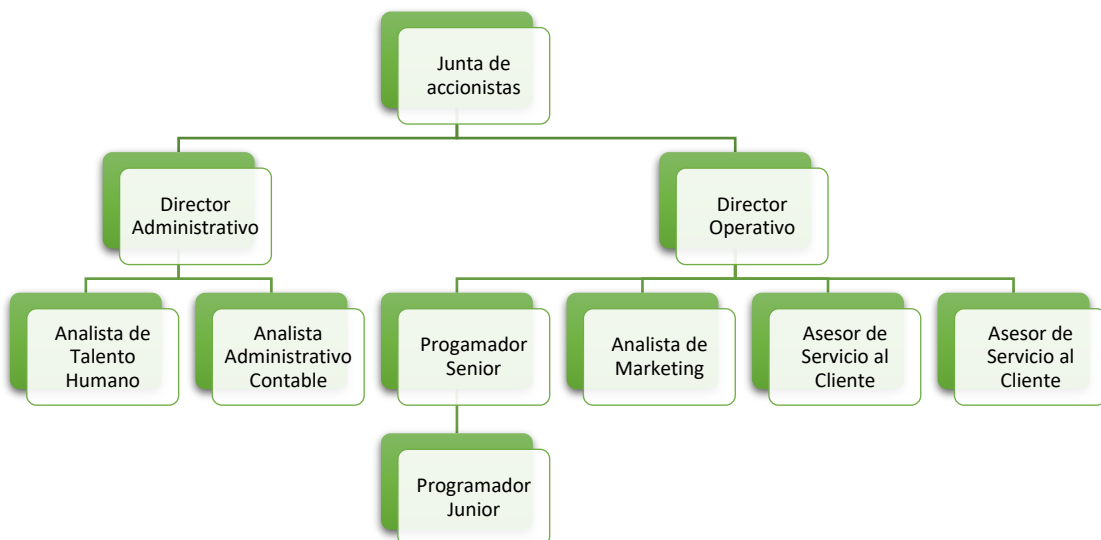
Figura 20 Organigrama Estructural



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Figura 21 Organigrama Funcional



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

3.4 Descripción de puestos

Tabla 36 Puesto de Director Administrativo

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Director Administrativo

Jefe inmediato superior: Junta de Accionistas

Supervisa a: Analista de Talento Humano y Administrativo Contable

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Supervisar y dirigir los procesos administrativos, contables y de talento humano para la organización interna de estos y su cumplimiento para la correcta medición del área administrativa en sus funciones, además del orden y toma de decisiones que mejoren su ejecución.

III FUNCIONES

Planificar y organizar procesos administrativos y proponer ideas para optimizarlos.

Organizar la contratación de nuevo personal al igual que la asignación de sus funciones.

Fijar fechas y plazos de entrega.

Manejo de inventario de suministros de oficina además de la organización presupuestaria.

Control de gastos para la elaboración de informes económicos.

Supervisión de las instalaciones de la empresa.

Aseriorarse del cumplimiento de las políticas y normativas de la empresa.

Mantenerse actualizado de los cambios organizacionales y operativos.

Proponer ideas de mejora a la junta de accionistas a través de estados financieros y operativos.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniero

Experiencia: Mínimo 3 años en puestos gerenciales administrativos y manejo de personal

Habilidades: Conocimientos contables, habilidad de negociación y facilidad de palabra, inspiración al liderazgo, habilidad lógica/matemática

Formación: Administración de empresas o afines

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 37 Puesto de Director Operativo

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Director Operativo

Jefe inmediato superior: Junta de accionistas

Supervisa a: Programadores, Analista de Marketing y Asesores de Atención al Cliente

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Supervisar y liderar el área operativa proponiendo ideas de mejora continua a la junta de accionistas manejando orden y constancia para la implementación de opciones de superación dentro del ámbito social, organizacional e informático.

III FUNCIONES

Planificar y dirigir procesos operativos tanto para las áreas de S.A.C., Marketing y T.I.

Elaboración de proyectos de mejora para resolución de problemas de los clientes.

Capacitación del personal de marketing y servicio al cliente.

Coordinación e implementación de eventos y publicidad junto al área de marketing.

Presentación de reportes de rendimiento de los colaboradores del área operativa.

Supervisión del área de programación además de las implementaciones de cambios en la plataforma o similares.

Socialización constante de los objetivos, valores y políticas de la empresa.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniero

Experiencia: 3 años en jefaturas de asesor al cliente, manejo de personal operativo y elaboración de procesos de mejora y calidad.

Habilidades: Conocimiento del sector informático, venta de productos intangibles, habilidad de negociación y facilidad de palabra, liderazgo e impulso hacia la mejora, manejo de redes sociales.

Formación: Administración de empresas, Programador Senior o Community Manager o afines.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 38 Puesto de Analista de Talento Humano

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Analista de Talento Humano

Jefe inmediato superior: Director Administrativo

Supervisa a: N/A

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Brindar soporte y gestión al área administrativa en procesos de manejo de personal, contratación, elaboración de finiquitos, liquidación de beneficios de ley, además de proponer ideas de aspecto social dentro y fuera de la empresa manteniendo el orden tanto organizacional como legal.

III FUNCIONES

Elaboración de cálculos e informes para el área contable de beneficios de ley y finiquitos.

Firma de contratos, adendums, finiquitos y oficios similares.

Coordinación de eventos sociales y capacitaciones para el personal de la empresa.

Generar informes al director administrativo de cambios organizacionales.

Coordinar y dirigir el proceso de contratación del personal.

Supervisión del estado físico y orden de las instalaciones.

Coordinación de limpieza de la empresa.

Recepción de visitantes y personas en la empresa.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Licenciado o Ingeniero

Experiencia: Mínimo 2 años en cargos de recursos humanos, manejo de personal o trabajador/a social.

Habilidades: Manejo de personal, conocimiento del IESS y beneficios de ley, implementación de proyectos, trabajo bajo presión, habilidad de palabra y empatía.

Formación: Psicología organizacional, administración de empresas o afines.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 39 Puesto de Analista Administrativo Contable

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Analista Administrativo Contable

Jefe inmediato superior: Director Administrativo

Supervisa a: N/A

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Manejo del área financiera/contable mediante la elaboración de estados financieros, balances económicos, asientos contables, cancelación de beneficios de ley, entre otros procesos financieros.

III FUNCIONES

Elaboración de estados financieros.

Elaboración de balances económicos.

Generación de asientos contables.

Cancelación de beneficios de ley a colaboradores y excolaboradores.

Pago a proveedores.

Elaboración de proyectos de costes y gastos.

Proponer ideas de mejora económica.

Manejo de caja chica.

Compra de suministros de oficina.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Contador, Licenciador o Ingeniero

Experiencia: 3 años en puestos contables, financieros, manejo de caja chica

Habilidades: Conocimiento contable, conocimiento de sistemas financieros al igual que públicos, habilidad matemática

Formación: Contabilidad, administración de empresas o afines.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 40 Puesto de Programador Senior

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Programador Senior

Jefe inmediato superior: Director Operativo

Supervisa a: Programador Junior

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Programar y generar la interfaz de la plataforma dando soporte técnico de todos los cambios y mantenimientos que se puedan generar para mejorar la experiencia del usuario adaptando constantemente las nuevas tecnologías e implementos necesarios.

III FUNCIONES

Generación de sistemas de programación avanzados.

Realizar asignaciones de desarrollo digital.

Creación e implementación de diseños de interfaz y colorimetría.

Adaptación de ideas de feedback por parte del área de marketing y S.A.C.

Uso de JavaScript para programación y desarrollo web.

Brindar retroalimentación y capacitación al programador junior.

Actualización constante de la plataforma y mejoras de contenido.

Recopilación de información de avances tecnológicos y su posible implementación.

Mantenimiento y revisión de servidores tanto físicos como virtuales.

Elaboración de reportes y proyectos para el director operativo.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniero o Programador

Experiencia: Mínimo 3 años de experiencia en informática, programación y manejo de TI.

Habilidades: Conocimiento de informática, programación, JavaScript, manejo de redes sociales, paquete de Adobe, actualización constante en cambios tecnológicos.

Formación: Ingeniero en sistemas, Programador Senior o afines.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 41 Puesto de Analista de Marketing

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Analista de Marketing

Jefe inmediato superior: Director Operativo

Supervisa a: N/A

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Manejar la actualización de la marca y publicidad de la empresa a través de medios digitales y proposición de ideas al área de programación para su implementación en la interfaz o contenido de la plataforma.

III FUNCIONES

Desarrollar nuevas propuestas de publicidad y ventas.

Desarrollar contenido en las distintas redes sociales para su socialización.

Manejar la prospección de ventas al igual que los estándares de atención al cliente.

Diseño y actualización constante de la marca y su publicidad.

Apertura y negociación de nuevas alianzas estratégicas.

Apoyar en la ejecución de proyectos o campañas.

Dar seguimiento en planes comerciales establecidos.

Elaboración de reportes de calidad al director operativo.

Proposición de ideas de fidelización de clientes.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Licenciado o Ingeniero

Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares

Habilidades: Manejo de redes sociales, conocimiento de publicidad, manejo de paquete

Adobe, conocimiento de colorimetría, habilidad de negociación.

Formación: Marketing Digital o Community Manager.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 42 Puesto de Asesor de Servicio al Cliente

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Asesor de Servicio al Cliente

Jefe inmediato superior: Director Operativo

Supervisa a: N/A

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Atender todas las inquietudes, preguntas o sugerencias por parte de los clientes mediante un sistema de call center en donde se pueda recopilar toda la información posible y resolverla en tiempo récord.

III FUNCIONES

Atender llamadas por parte de los clientes para responder sus preguntas o problemas.

Remitir sugerencias o llamadas a las áreas respectivas.

Proponer soluciones a conflictos que puedan suscitarse.

Mantener y cumplir las políticas de la empresa.

Impulsar el logro y el cumplimiento de metas a corto, mediano y largo plazo.

Mantener la presión interna y de los clientes antes, durante y después del proceso.

Recopilación de feedback por parte de los clientes.

Análisis y orientación a la satisfacción del cliente.

Elaboración de reportes para el director operativo.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Bachiller, Licenciado, Ingeniero o afines

Experiencia: Mínimo 1 año en call center, ventas de productos intangibles, asesor al cliente, ventas.

Habilidades: Fluidez verbal, habilidad comunicativa, capacidad de negociación, resolución de conflictos, trabajo bajo estrés.

Formación: Bachiller mínimo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 43 Puesto de Programador Junior

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Programador Junior

Jefe inmediato superior: Programador Senior

Supervisa a: N/A

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Programar y generar la interfaz de la plataforma dando soporte técnico de todos los cambios y mantenimientos que se puedan generar para mejorar la experiencia del usuario adaptando constantemente las nuevas tecnologías e implementos necesarios mediante las observaciones e indicaciones por parte del programador senior.

III FUNCIONES

Generación de sistemas de programación iniciales.

Creación e implementación de diseños de interfaz y colorimetría.

Adaptación de ideas de feedback por parte del área de marketing y S.A.C.

Uso de JavaScript para programación y desarrollo web con conocimientos básicos.

Recopilación de información de avances tecnológicos y su posible implementación.

Mantenimiento y revisión de servidores tanto físicos como virtuales.

Elaboración de reportes y proyectos para el programador senior.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniero o Programador

Experiencia: Culminado o cursando carreras en informática, programación o manejo de TI.

Habilidades: Conocimiento de informática, programación, JavaScript, manejo de redes sociales, paquete de Adobe, actualización constante en cambios tecnológicos.

Formación: Ingeniero en sistemas, Programador Senior o afines.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

3.5 Control de Gestión

Indicadores de Gestión

Para analizar y medir los indicadores de gestión se tomará en cuenta los objetivos estratégicos de la tabla 35 planteando fórmulas y cálculos donde se obtengan porcentajes a manera de resultados, además de fijar responsables, el período que se busca obtener dichos resultados y el porcentaje requerido.

Tabla 44 Indicadores de Gestión

Expectativa	Objetivo	Definición	Fórmula del indicador	Unidad de medición	Métodos de análisis y medición	Responsable	Frecuencia	Porcentaje Objetivo
RENTABILIDAD FINANCIERA	Lograr distinción en el mercado de contenido digital y streaming con el fin de ir aumentando el índice de inversión	Aumentar el reconocimiento de la marca hacia los inversores	$\left(\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversiones netas}} \right) \times 100$	Porcentaje	Balances financieros e informes finales.	Área administrativa y financiera	Mensual	90%
	Enfatizar el equilibrio de administración económica tanto para personal como para clientes	Mantener y mejorar constantemente la solvencia y estabilidad financiera	$\left(\frac{\text{Dinero en bancos}}{\text{Utilidad neta}} \right) \times 100$	Porcentaje	Informes económicos y estados financieros.	Área administrativa y financiera	Mensual	80%
	Generar alianzas estratégicas con entidades internacionales tanto en relaciones de marketing y soporte como económicas	Incrementar las relaciones económicas internacionales con entidades interesadas	$\left(\frac{\text{Suscripciones del año actual}}{\text{Suscripciones netas después de campañas y eventos}} \right) \times 100$	Porcentaje	Resultados de campañas publicitarias y	Área administrativa y financiera	Mensual	70%

ADAPTABILIDAD TECNOLÓGICA	Implementar sostenibilidad informática a través de servidores de red	Mejorar constantemente el servicio y la cobertura	$\left(\frac{\text{Número de publicaciones}}{\text{Cantidad de servicio brindados}} \right) \times 100$	Porcentaje	Históricos de publicaciones y cantidad de servicios	Área de T.I.	Mensual	56%
	Evaluar el estado del servicio y los equipos implementados, tanto a nivel físico como a nivel tecnológico	Realizar constantemente análisis y recopilación de información de las últimas tecnologías	$\left(\frac{\text{Tecnologías nuevas}}{\text{Tecnologías implementadas}} \right) \times 100$	Porcentaje	Reportes de cambios tecnológicos necesarios y adaptables.	Área de Marketing y T.I.	Mensual	70%
CALIDAD EXTERNA E INTERNA	Establecer un orden de procesos eficiente y medible dentro de cada uno de los puestos de trabajo desde su inicio hasta su final	Medir la efectividad de los procesos para optimizar la calidad externa e interna de la empresa	$\left(\frac{\text{Total tiempo de demora por cliente}}{\text{Cantidad de problemas resueltos}} \right)$	Tiempo	Métricas de tiempo en resolución de problemas e informes de feedback.	Área de S.A.C. y Marketing	Diario	15 minutos
CRECIMIENTO DE COMUNIDAD	Medir y evaluar constantemente el feedback proporcionado por los clientes para responder dudas, problemas o sugerencias que estos puedan tener	Recopilar la satisfacción de los clientes y mejorar su experiencia	$\left(\frac{\text{Clientes satisfechos}}{\text{Total de clientes}} \right) \times 100$	Porcentaje	Informe de sugerencias y evaluación de experiencias.	Área de S.A.C. y Marketing	Bimensual	60%

	Enfatizar que el crecimiento no solo es físico sino también de personal y demostrar que tanto el personal como los clientes son esenciales para un óptimo crecimiento.	Priorizar el capital humano para el óptimo desempeño tanto de los clientes como de los colaboradores	$\left(\frac{\text{Rendimiento de colaboradores mensual}}{\text{Rendimiento de colaboradores general}} \right) \times 100$	Porcentaje	Informes de rendimiento, calidad y feedback.	Área de Talento Humano	Mensual	20%
--	--	--	---	------------	--	------------------------	---------	-----

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Necesidades De Personal

Para analizar las necesidades del personal se ha tomado como referencia la Tabla 34 con la cual podemos comparar dichas necesidades de producción junto las del personal en un período de 5 años desempeñando sus funciones constantes, pero con proyección de mejora de procesos, además del objetivo principal de mantener satisfecho al cliente con servicio y calidad de primera en tiempo récord. Se tendrá en cuenta también los cargos y la extensión de los mismo con el principal

Tabla 45 Necesidades de personal

Periodo	Director Administrativo	Director Operativo	Programador Senior	Programador Junior	Analista de Talento Humano	Analista de Marketing	Asesor de servicio al cliente	Total de personal por año
Año 1	1	1	1	1	1	1	1	7
Año 2	1	1	1	1	1	1	1	7
Año 3	1	1	1	1	1	1	1	7
Año 4	1	1	1	1	1	1	2	8
Año 5	1	1	1	1	1	1	2	8

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

CAPITULO IV

Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

Analizar y determinar el marco legal y jurídico que se requiere para establecer la empresa todo dentro de lo legal tanto con entidades nacionales como internacionales, manteniendo la seriedad, honestidad y transparencia en todo momento en el ámbito jurídico incluyendo leyes informáticas y mercantilista de información digital.

4.2 Determinación de la forma jurídica

Se considerará a la empresa para su establecimiento legal como una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S.), con el principal objetivo de contar con la financiación de una junta de accionistas, adicionalmente de convertirse en una ventaja para no generar trámites o sesiones de registro mercantil que causen un retraso de implementación de la empresa e incluso gastos económicos previos. Al ser una empresa que busca ser reconocida a nivel nacional las principales alianzas con las que se contará serán de empresas y entidades primeramente nacionales que más adelante pasarán a generar una corporación de punto de inversión internacional. (Superintendencia de Compañías, 2015)

Al ser un servicio de entretenimiento digital a través de una plataforma por parte de la empresa, se deberá tener en cuenta los siguientes trámites y acciones legales para su constitución legal:

- Se inscribirá la razón social de la compañía en la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías de manera virtual y presentar los requisitos necesarios de manera presencial.
- Se presentará al Superintendente de Compañías o a su vez a los delegados tres copias certificadas de la constitución de la empresa.
- Implementación de una firma y facturación electrónicas para su uso dentro de trámites legales y tributarios.
- Legalización del contrato de constitución notariado.
- Generación de RUC en línea de la compañía para asuntos tributarios.
- Análisis de reformas tributarias internacionales de consumo y medios digitales.
- Nombramiento de representante legal de la compañía.

- Solicitud de documentos necesarios para la inclusión de inversionistas tales como: nombres y apellidos completos, tipo de documento de identificación, número de documento de identificación, correo electrónico, teléfono celular y convencional, ciudad, provincia, copia a color de planilla de servicio básico (agua, luz o teléfono), copia a color de documento de identificación, tipo de solicitud, tipo de solicitante.
- Implementación de sistemas bancarios compatibles con la plataforma para el consumo de la suscripción de la plataforma, tales como DataFast, PayPal y PayPhone.
- Regularización de métodos de pago de tarjetas de crédito y tarjetas de débito.

4.3 Registros de marcas

Al momento de registrar la marca y características similares de la empresa para que tenga presencia y reconocimiento inicial en el mercado, se deberá tener en cuenta que este particular se lo llevará a cabo en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) donde se tomará en cuenta el siguiente procedimiento de registro:

- 1) Ingresar a la página del sitio web del SENADI.
- 2) Realizar la validación de casos existentes o similares de la marca de manera telefónica o validando este punto directamente en ventanilla en las oficinas para obtener mayor asesoría de forma presencial.
- 3) Crear la solicitud respectiva en el portal web ingresando y verificando cada uno de los requisitos necesarios para proseguir con la emisión del comprobante de pago.
- 4) Cancelar el valor correspondiente en cualquier oficina del Banco del Pacífico de \$280,00.
- 5) Proseguir con el registro de marca en el portal web del SENADI.
- 6) Acercarse a retirar el título en caso de ser otorgado.

Se debe tener en cuenta que adicionalmente se pueden generar gastos adicionales de lo mencionado como la cancelación de \$16,00 dentro de los gastos de envíos de correos electrónicos a la entidad foneticoquito@senadi.gob.ec , adicional que los horarios de atención son de lunes a viernes de 8:30 a 17:00 horas y contando con un servicio telefónico del 3940000 ext. 1233. (Gobierno del Ecuador, 2021)

CAPITULO V

Evaluación Financiera

5.1 Objetivo del capítulo

Analizar el estado financiero de la empresa para determinar la sostenibilidad, planes de inversión y estadísticas económicas además del financiamiento de las acciones y actividades de la empresa, con el fin de mostrar su rentabilidad y potencial en el mercado.

5.2 Plan de inversiones

En las siguientes tablas se detalla los valores y cantidades de la inversión inicial necesaria para poder generar las primeras gestiones de la empresa, ofreciendo entretenimiento a través de la creación digital de contenido en una plataforma en línea, además del capital de trabajo que se requerirá para las distintas labores del personal:

Tabla 46 Plan de Inversiones

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Total USD	Totales USD
ACTIVOS FIJOS				\$ 15.594,00
Muebles y enseres			\$ 1.150,00	
7	Escritorio personal	\$ 100,00	\$ 700,00	
7	Silla ergonómica giratoria	\$ 40,00	\$ 280,00	
2	Archivador 4G con seguridad	\$ 85,00	\$ 170,00	
Maquinaria y equipos			\$ 3.900,00	
2	Servidor Dell Poweredge T150 Xeon Octa Core Ram 16gb 2tb Dvd	\$ 1.950,00	\$ 3.900,00	
Equipos de oficina			\$ 517,00	
2	Impresora Epson L3210	\$ 150,00	\$ 300,00	
1	Kit De Seguridad Para Casas o Locales Alarma + Cámara Smart	\$ 134,00	\$ 134,00	
1	Router Wi-fi 6 Archer Ax23 Tp-link Dual Band Ax1800 Gigabit	\$ 83,00	\$ 83,00	
Equipos de computación			\$ 10.027,00	
2	Cpu Gamer Intel Core I5 10ma/hdd 1tb 8gb Gtx1650 4gb Iva	\$ 779,00	\$ 1.558,00	

2	Monitor Quasad Qm-s20 20 Pulgada Fullhd 1080p 75hz Hdmi Vga	\$ 375,00	\$ 750,00	
1	Generador Eagle Diesel 9,5kw A 10,5kw Motor 23hp 110/220v	\$ 5.094,00	\$ 5.094,00	
5	Computador Cpu Intel Core I5 10ma Generación 1tb 8gb y Monitor Led 20 pulgadas	\$ 525,00	\$ 2.625,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			\$ 2.900,00	\$ 2.900,00
1	Adaptaciones de instalaciones	\$ 500,00	\$ 500,00	
1	Permisos legales de funcionamiento	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	
1	Gastos de constitución de la empresa	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	
CAPITAL DE TRABAJO				\$ 22.759,98
TOTAL INVERSIÓN INICIAL				\$ 41.199,99

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Tabla 47 Capital de Trabajo

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Total USD	Totales USD
GASTOS				\$ 7.568,66
Personal Administrativo			\$ 2.547,94	
1	Director Administrativo	\$ 1.223,27	\$ 1.223,27	
1	Analista de TTHH	\$ 629,34	\$ 629,34	
1	Analista Administrativo Contable	\$ 695,33	\$ 695,33	
Personal Operativo			\$ 3.565,72	
1	Director Operativo	\$ 1.223,27	\$ 1.223,27	
1	Analista de Marketing	\$ 629,34	\$ 629,34	
1	Asesor de Servicio al Cliente	\$ 596,35	\$ 596,35	
1	Programador Senior	\$ 959,30	\$ 959,30	
1	Programador Junior	\$ 157,47	\$ 157,47	
Servicios y Arriendos			\$ 755,00	
1	Arriendo Instalaciones	\$ 450,00	\$ 450,00	
1	Servicios Básicos	\$ 285,00	\$ 285,00	
1	Alícuota y servicios de instalaciones	\$ 20,00	\$ 20,00	
Gastos Adicionales			\$ 700,00	
1	Promociones y publicidad	\$ 300,00	\$ 300,00	
1	Mantenimiento de equipos	\$ 400,00	\$ 400,00	
CAPITAL DE TRABAJO para 3 meses				\$ 22.759,98

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

Mano de Obra

Se ha tomado en cuenta los principales puntos a analizar para la determinación de la mano de obra dentro de la empresa, teniendo en cuenta roles de pago, roles de provisiones y depreciaciones durante el período estimado de 5 años que a continuación se detallan:

Tabla 48 Roles de pago

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	SBU	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Valor a pagar	Valor Anual
1	Colaborador A	Director Administrativo	DA1	\$900,00	\$900,00	-	\$85,05	\$814,95	\$9.779,40
2	Colaborador B	Analista de TTHH	TH1	\$450,00	\$450,00	-	\$42,53	\$407,48	\$4.889,70
3	Colaborador C	Analista Administrativo Contable	AC1	\$500,00	\$500,00	-	\$47,25	\$452,75	\$5.433,00
4	Colaborador D	Director Operativo	DO1	\$900,00	\$900,00	-	\$85,05	\$814,95	\$9.779,40
5	Colaborador E	Analista de Marketing	AM1	\$450,00	\$450,00	-	\$42,53	\$407,48	\$4.889,70
6	Colaborador F	Asesor de Servicio al Cliente	ASC1	\$425,00	\$425,00	-	\$40,16	\$384,84	\$4.618,05
7	Colaborador G	Programador Senior	PS1	\$700,00	\$700,00	-	\$66,15	\$633,85	\$7.606,20
8	Colaborador H	Programador Junior	PJ1	\$141,67	\$141,67	-	\$13,39	\$141,67	\$1.700,04
				\$4.466,67	\$4.466,67	-	\$422,10	\$4.057,96	\$48.695,49

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 49 Roles de provisiones

Cargo	Provisión Patronal 11.15%	XIII	XIV	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total Provisión	Costo MO
Director Administrativo	\$100,35	\$75,00	\$35,42	\$75,00	\$37,50	\$323,27	\$1.223,27
Analista de TTHH	\$50,18	\$37,50	\$35,42	\$37,50	\$18,75	\$179,34	\$629,34
Analista Administrativo Contable	\$55,75	\$41,67	\$35,42	\$41,67	\$20,83	\$195,33	\$695,33
Director Operativo	\$100,35	\$75,00	\$35,42	\$75,00	\$37,50	\$323,27	\$1.223,27
Analista de Marketing	\$50,18	\$37,50	\$35,42	\$37,50	\$18,75	\$179,34	\$629,34

Asesor de Servicio al Cliente	\$47,39	\$35,42	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$171,35	\$596,35
Programador Senior	\$78,05	\$58,33	\$35,42	\$58,33	\$29,17	\$259,30	\$959,30
Programador Junior	\$15,80	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$15,80	\$157,47
	\$498,03	\$360,42	\$247,92	\$360,42	\$180,21	\$1.646,99	\$6.113,66

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Depreciación

Teniendo en cuenta el Art. 28 del Reglamento de la LORTI N°6-a se procede a realizar el cálculo deseado de la depreciación de los activos fijos de la empresa donde constan tanto muebles y enseres como equipos electrónicos de la siguiente manera:

Tabla 50 Depreciación de Activos Fijos

Detalle del Bien	Vida Útil	Valor	% Depreciación	Depreciación anual
Muebles y enseres				\$115,00
Escritorio personal	10 años	\$700,00	10%	\$70,00
Silla ergonómica giratoria	10 años	\$280,00	10%	\$28,00
Archivador 4G con seguridad	10 años	\$170,00	10%	\$17,00
Máquinas y Equipos Electrónicos				\$3.523,29
Servidor Dell Poweredge T150 Xeon Octa Core Ram 16gb 2tb Dvd	3 años	\$3.900,00	33%	\$1.287,00
Cpu Gamer Intel Core I5 10ma/hdd 1tb 8gb Gtx1650 4gb Iva	3 años	\$1.558,00	33%	\$514,14
Monitor Quasad Qm-s20 20 Pulgada Fullhd 1080p 75hz Hdmi Vga	3 años	\$750,00	33%	\$247,50
Generador Eagle Diesel 9,5kw A 10,5kw Motor 23hp 110/220v	10 años	\$5.094,00	10%	\$509,40
Computador Cpu Intel Core I5 10ma Generación 1tb 8gb y Monitor Led 20 pulgadas	3 años	\$2.625,00	33%	\$866,25

Impresora Epson L3210	3 años	\$300,00	33%	\$99,00
TOTAL		\$15.377,00		\$3.638,29

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Proyección de la depreciación

A continuación se presenta la proyección de la depreciación de los activos fijos y de los equipos electrónicos dentro de un período de cinco años detallado en la siguiente tabla, de igual manera los costos que tendrá cada año:

Tabla 51 Proyección de la depreciación

Detalle del Bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escritorio personal	\$70,00	\$70,00	\$70,00	\$70,00	\$70,00
Silla ergonómica giratoria	\$28,00	\$28,00	\$28,00	\$28,00	\$28,00
Archivador 4G con seguridad	\$17,00	\$17,00	\$17,00	\$17,00	\$17,00
Generador Eagle Diesel 9,5kw A 10,5kw Motor 23hp 110/220v	\$509,40	\$509,40	\$509,40	\$509,40	\$509,40
Servidor Dell Poweredge T150 Xeon Octa Core Ram 16gb 2tb Dvd	\$1.287,00	\$1.287,00	\$1.287,00		
Cpu Gamer Intel Core I5 10ma/hdd 1tb 8gb Gtx1650 4gb Iva	\$514,14	\$514,14	\$514,14		
Monitor Quasad Qm-s20 20 Pulgada Fullhd 1080p 75hz Hdmi Vga	\$246,50	\$246,50	\$246,50		
Computador Cpu Intel Core I5 10ma Generación 1tb 8gb y Monitor Led 20 pulgadas	\$866,25	\$866,25	\$866,25		
Impresora Epson L3210	\$99,00	\$99,00	\$99,00		
TOTAL	\$3.637,29	\$3.637,29	\$3.637,29	\$624,40	\$624,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Detalle de Costos

Para poder determinar el detalle de costos de la empresa se tomó en cuenta los costos unitarios de cada producto y su unidad de medida respectiva, por ende, se proyecta su costo mensual y anual respectivamente, a continuación se muestra el detalle:

Tabla 52 Detalle de Costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costos Unitario	Costo mensual	Costo anual
Materiales y suministros				\$67,75	\$813,00
Esfero azul marca Bic	Unidades	6	\$0,40	\$2,40	\$28,80
Esfero negro marca Bic	Unidades	5	\$0,40	\$2,00	\$24,00
Esfero rojo marca Bic	Unidades	2	\$0,40	\$0,80	\$9,60
Corrector	Unidades	3	\$0,65	\$1,95	\$23,40
Caja de clips pequeños	Unidades	2	\$0,25	\$0,50	\$6,00
Caja de clips mariposa	Unidades	2	\$0,60	\$1,20	\$14,40
Resmas de papel A4 blanco	Unidades	2	\$5,00	\$10,00	\$120,00
Tinta de impresora	Centímetros Cúbicos	8	\$3,50	\$28,00	\$336,00
Carpetas Bene	Unidades	2	\$3,00	\$6,00	\$72,00
Sobres manila F3	Unidades	4	\$0,10	\$0,40	\$4,80
Protectores plásticos de hojas A4	Unidades	4	\$0,25	\$1,00	\$12,00
Lápiz	Unidades	6	\$0,30	\$1,80	\$21,60
Borradores de goma	Unidades	6	\$0,15	\$0,90	\$10,80
Post It pequeño	Unidades	6	\$1,50	\$9,00	\$108,00
Resaltadores	Unidades	3	\$0,60	\$1,80	\$21,60
Mano de Obra				\$3.565,72	\$42.788,64
Director Operativo	Horas	160	\$7,65	\$1.223,27	\$14.679,20
Programador Senior	Horas	160	\$6,00	\$959,30	\$11.511,60
Programador Junior	Horas	120	\$1,31	\$157,47	\$1.889,59

Analista de Marketing	Horas	160	\$3,93	\$629,34	\$7.552,10
Asesor de Servicio al Cliente	Horas	160	\$3,73	\$596,35	\$7.156,15
Costos Indirectos				\$559,06	\$6.708,67
Electricidad	Kilovatios/Hora	605	\$0,09	\$54,45	\$653,40
Internet	Megabytes	300	\$0,16	\$47,50	\$570,00
Combustible Generador Diesel	Galones	2	\$1,75	\$3,50	\$41,98
Depreciación de maquinaria y equipos	Monetaria	1	\$48,93	\$293,61	\$3.523,29
Mantenimiento de equipos	Unidades	2	\$80,00	\$160,00	\$1.920,00
TOTAL			\$170,65	\$4.192,53	\$50.310,31

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Proyección de Costos

Se ha tomado en cuenta para la proyección de costos el período de tiempo de cinco años futuros y de igual manera se analiza en base a la tasa de inflación de 0,94% de los últimos cinco años (2022) para la respectiva evolución de los costos, además a partir del cuarto año el costo de mano de obra aumenta debido a la implementación de un asesor de servicio al cliente más:

Tabla 53 Proyección de Costos

Descripción	Costo Mensual	Costos		Total Año 1	Costos		Total Año 2	Costos		Total Año 3	Costos		Total Año 4	Costos		Total Año 5
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables				
Materiales y suministros	\$67,75	X		\$813,00	X		\$820,64	X		\$828,36	X		\$836,14	X		\$844,00
Mano de obra	\$3.565,72	X		\$42.788,64	X		\$43.190,86	X		\$43.596,85	X		\$44.603,01	X		\$45.022,28
Costos Indirectos	\$559,06		X	\$6.708,67		X	\$6.771,73		X	\$6.835,38		X	\$6.899,63		X	\$6.964,49
TOTAL	\$4.192,53			\$50.310,31			\$50.783,23			\$51.260,59			\$52.338,79			\$52.830,77

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Detalle de Gastos

En el siguiente cuadro de muestra el detalle completo de los gastos que se tendrán en cuenta dentro de la empresa tanto de manera mensual como anual y su frecuencia en porcentaje a nivel mensual:

Tabla 54 Detalle de Gastos

Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Frecuencia Mensual del Gasto	Valor Mensual	Valor Anual
Gastos Administrativos			87,89%	\$2.842,53	\$34.110,30
Director Administrativo	Horas	\$7,65	37,82%	\$1.223,27	\$14.679,20
Analista de TTHH	Horas	\$3,93	19,46%	\$629,34	\$7.552,10
Analista Administrativo Contable	Horas	\$4,35	21,50%	\$695,33	\$8.344,00
Depreciación de Muebles y Enseres	Meses	\$9,58	0,30%	\$9,58	\$115,00
Servicios Básicos	Kw (luz) y cm2 (agua)	\$0,09 y \$1,25 respectivamente	8,81%	\$285,00	\$3.420,00
Gastos en Ventas			9,28%	\$300,00	\$3.600,00
Publicidad	Nº de Ads	\$0,63	9,28%	\$300,00	\$3.600,00
Gastos Financieros			2,83%	\$91,53	\$1.098,33
Interés de Préstamo	Meses	\$91,53	2,83%	\$91,53	\$1.098,33
TOTALES			100,00%	\$3.234,05	\$38.808,63

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Proyección de Gastos

A continuación se muestra la proyección de los gastos de la empresa a 5 años de funcionamiento teniendo en cuenta desde el gasto mensual hasta el anual, además de la tasa de inflación del 0,94% (2022) de los últimos cinco años:

Tabla 55 Proyección de Gastos

Descripción	Gasto		Gastos		Total		Gastos		Total		Gastos		Total		Gastos		Total	
	Mensual	Fijos	Variables	Año 1	Fijos	Variables	Año 2	Fijos	Variables	Año 3	Fijos	Variables	Año 4	Fijos	Variables	Año 5		
Gastos Administrativos	\$2.842,53			\$34.110,30			\$34.430,94			\$34.754,59			\$35.081,28			\$35.411,04		
Director Administrativo	\$1.223,27	X		\$14.679,20	X		\$14.817,18	X		\$14.956,47	X		\$15.097,06	X		\$15.238,97		
Analista de TTHH	\$629,34	X		\$7.552,10	X		\$7.623,09	X		\$7.694,75	X		\$7.767,08	X		\$7.840,09		
Analista Administrativo Contable	\$695,33	X		\$8.344,00	X		\$8.422,43	X		\$8.501,60	X		\$8.581,52	X		\$8.662,19		
Depreciación de Muebles y Enseres	\$9,58	X		\$115,00	X		\$116,08	X		\$117,17	X		\$118,27	X		\$119,39		
Servicios Básicos	\$285,00		X	\$3.420,00		X	\$3.452,15		X	\$3.484,60		X	\$3.517,35		X	\$3.550,42		
Gastos de Ventas	\$300,00			\$3.600,00			\$3.633,84			\$3.668,00			\$3.702,48			\$3.737,28		
Publicidad	\$300,00	X		\$3.600,00	X		\$3.633,84	X		\$3.668,00	X		\$3.702,48	X		\$3.737,28		
Gastos Financieros	\$91,53			\$1.098,33			\$1.108,65			\$1.119,07			\$1.129,59			\$1.140,21		
Interés de Préstamo	\$91,53		X	\$1.098,33		X	\$1.108,65		X	\$1.119,07		X	\$1.129,59		X	\$1.140,21		
TOTALES	\$3.234,05			\$38.808,63			\$39.173,43			\$39.541,66			\$39.913,35			\$40.288,54		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.4 Plan de Financiamiento

Para analizar el plan de financiamiento de la empresa se toma en cuenta la inversión inicial necesaria y esta a su vez se divide en porcentajes proporcionales a la inversión, es decir, se tomará en cuenta los recursos propios que son el 55% del total de la inversión inicial por parte de tres accionistas con repartición de inversión de 33,33% cada uno, y por otro lado, se tomará en cuenta el préstamo bancario que corresponde al 45% del total de la inversión inicial.

Tabla 56 Plan de Financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	\$22.659,99	100%	55%
- Efectivo Accionista A	\$7.553,33	33,33%	18,33%
- Efectivo Accionista B	\$7.553,33	33,33%	18,33%
- Efectivo Accionista C	\$7.553,33	33,33%	18,33%
- Bienes	\$0,00	0,00%	0,00%
Recursos de terceros	\$18.539,99	100%	45%
- Préstamo Bancario	\$18.539,99	100,00%	45,00%
TOTAL	\$41.199,99	100%	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.5 Cálculo de Ingresos

Para determinar el cálculo de los ingresos se ha tomado en cuenta la cantidad de servicios ofertados en la Tabla 33 que es de 16,137 a nivel anual con un precio de venta de \$3,50 por suscripción.

Tabla 57 Precio de Venta Unitario

	Productos	MP	MO	CIF	Costo Total (mensual)	Unidades (mensual)	Margen de Utilidad \$	%	Precio de Venta Unitario
Total	Servicio de suscripciones	\$ -	\$ 3.565,72	\$ 626,81	\$ 4.192,53	1345	\$ 514,05	12%	\$ 3,50
Servicio Promoteado	Comisión a creadores	\$ -	\$ 1.782,86	\$ 313,40	\$ 2.096,26	1345	\$ 257,03	12%	\$ 1,75
	Comisión interna	\$ -	\$ 1.782,86	\$ 313,40	\$ 2.096,26	1345	\$ 257,03	12%	\$ 1,75

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 58 Cálculo de Ingreso Anual

Precio de Venta Unitario	Unidades Producidas (Anuales)	Ingresos del Netos del Primera Año	Comisión Creadores de Contenido	Comisión Plataforma
\$3,50	16.137	\$56.478,92	\$28.239,46	\$28.239,46

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Proyección de Ingresos

Una vez obtenido el valor de ingresos anuales se procede a realizar la proyección de estos a cinco años, teniendo en cuenta el total de servicios ofrecidos de manera anual, la tasa de crecimiento del sector que es del 1,11% y el promedio de la tasa de inflación de los últimos cinco años que es del 0,94%.

Tabla 59 Proyección de Ingresos

Productos	Cant	Precio Total	Total Año 1	Cant	Precio Total	Total Año 2	Cant	Precio Total	Total Año 3	Cant	Precio Total	Total Año 4	Cant	Precio Total	Total Año 5
Servicios de Suscripciones	16137	\$3,50	\$56.478,92	25741	\$3,50	\$90.094,80	41062	\$3,51	\$144.129,26	65503	\$3,52	\$230.569,06	104489	\$3,53	\$368.847,12
Comisión a Creadores	8068	\$1,75	\$14.119,73	12871	\$1,75	\$22.523,70	20531	\$1,75	\$35.929,66	32751	\$1,75	\$57.314,75	52245	\$1,75	\$91.428,11
Comisión Plataforma	8068	\$1,75	\$14.119,73	12871	\$1,75	\$22.523,70	20531	\$1,76	\$36.134,97	32751	\$1,77	\$57.969,78	52245	\$1,78	\$92.995,45
Total Ingresos			\$56.478,92			\$90.094,80			\$144.129,26			\$230.569,06			\$368.847,12

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.6 Punto de Equilibrio

Para poder obtener el punto de equilibrio se debe aplicar la siguiente fórmula y así conocer las unidades mínimas del servicio que se deben vender para alcanzar el punto necesario donde no haya ganancias ni pérdidas, de esta se manera se podrá determinar también el índice de utilidad.

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

Indicadores

Costos Variables (CV)

Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

Una vez analizados los indicadores de la fórmula se debe tener en cuenta el precio unitario de venta que es de \$3.50 y previamente se recopila los datos de los costos fijos y variables necesarios para determinar la fórmula mencionada,

Tabla 60 Recopilación de Costos

Tipo	Detalle	Valores
CF	Costos Fijos	80,498.94
	Mano de Obra Directa	42,788.64
	Gastos Administrativos	34,110.30
	Gasto en Ventas	3,600.00
CV	Costos Variables	8,619.99
	Costos Indirectos	6,708.67
	Materiales y Suministros	813.00
	Gasto Financiero	1,098.33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Primero calculamos el CVU que es el Costo Variable por Unidad, manteniendo el número de unidades necesarias del primer año que es de 16,137:

$$CVU = \frac{CV}{UNIDADES}$$

$$CVU = \frac{8,619.99}{16,137}$$

$$CVU = 0.53$$

Con el resultado obtenido del CVU se procede a calcular la fórmula del punto de equilibrio previamente indicada:

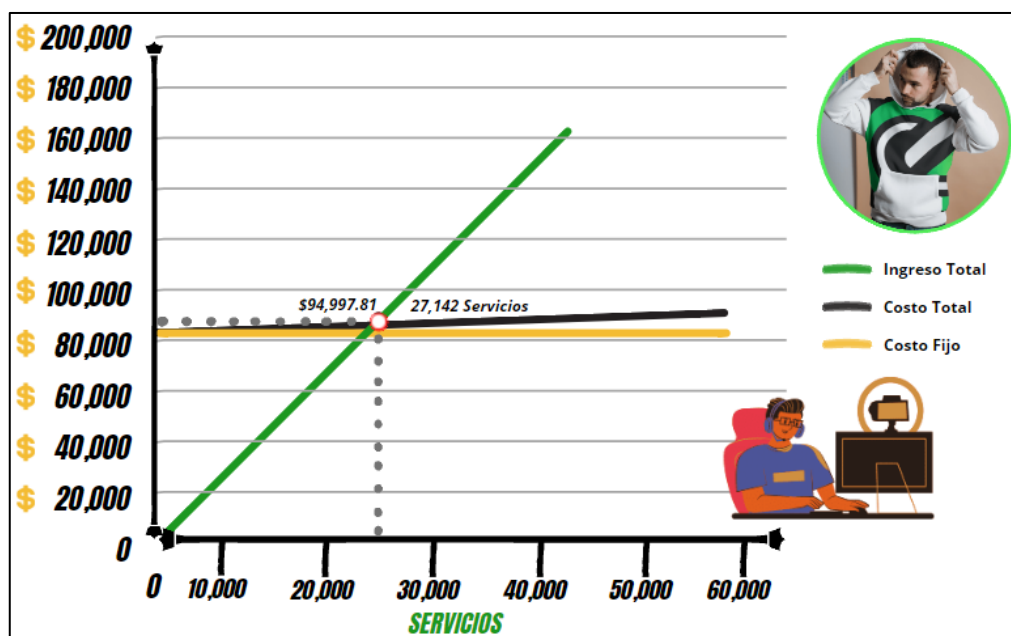
$$PE u = \frac{80,498.94}{3.50 - 0.53}$$

$$PE u = \frac{80,498.94}{2.97}$$

$$PE u = 27,142$$

A través del cálculo realizado se puede determinar que el punto de equilibrio es con una venta de 27,142 unidades anuales con un precio de \$3.50, a continuación se puede observar la gráfica indicativa del cálculo:

Figura 22 Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.7 Estado de Resultados Proyectado

Para el estado de resultados se ha tomado en cuenta tanto los ingresos como los egresos con una proyección de cinco años para su respectivo cálculo, además de la cancelación de gastos financieros que en este caso de un préstamo inicial para las primeras operaciones de la empresa, también se tomó en cuenta a la utilidad antes de las participaciones por parte de los trabajadores con un 15% y, por último, el impuesto a la renta que corresponde a un 25%.

Tabla 61 Estado de Resultados Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	\$56.478,92	\$90.094,80	\$144.129,26	\$230.569,06	\$368.847,12
(-) Costo de Ventas	\$50.310,31	\$50.783,23	\$51.260,59	\$52.338,79	\$52.830,77
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$6.168,61	\$39.311,58	\$92.868,67	\$178.230,27	\$316.016,35
(-) Gastos de Ventas	\$3.600,00	\$3.633,84	\$3.668,00	\$3.702,48	\$3.737,28
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$2.568,61	\$35.677,74	\$89.200,67	\$174.527,79	\$312.279,07
(-) Gastos Administrativos	\$34.110,30	\$34.430,94	\$34.754,59	\$35.081,28	\$35.411,04
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	-\$31.541,69	\$1.246,80	\$54.446,08	\$139.446,51	\$276.868,02
(-) Gastos Financieros	\$4.806,33	\$4.816,65	\$4.827,07	\$4.837,59	\$4.848,21
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	-\$36.348,01	-\$3.569,85	\$49.619,01	\$134.608,92	\$272.019,81
(-) 15% Participación Trabajadores	-\$5.452,20	-\$535,48	\$7.442,85	\$20.191,34	\$40.802,97
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$30.895,81	-\$3.034,37	\$42.176,16	\$114.417,58	\$231.216,84
(-) 25 % Impuesto a la Renta	-\$7.723,95	-\$758,59	\$10.544,04	\$28.604,40	\$57.804,21
(=) UTILIDAD o PÉRDIDA DEL EJERCICIO	-\$23.171,86	-\$2.275,78	\$31.632,12	\$85.813,19	\$173.412,63

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.8 Flujo de Caja

Tabla 62 Flujo de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	-	\$56.478,92	\$90.094,80	\$144.129,26	\$230.569,06	\$368.847,12
Ingresos por ventas	-	\$56.478,92	\$90.094,80	\$144.129,26	\$230.569,06	\$368.847,12
B. EGRESOS OPERACIONALES	-	\$88.020,61	\$88.848,00	\$89.683,18	\$91.122,55	\$91.979,10
Costos	-	\$50.310,31	\$50.783,23	\$51.260,59	\$52.338,79	\$52.830,77
Gastos Administrativos	-	\$34.110,30	\$34.430,94	\$34.754,59	\$35.081,28	\$35.411,04
Gastos de Ventas	-	\$3.600,00	\$3.633,84	\$3.668,00	\$3.702,48	\$3.737,28
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	\$0,00	-\$31.541,69	\$1.246,80	\$54.446,08	\$139.446,51	\$276.868,02
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Recursos propios	-	-	-	-	-	-
Créditos a corto plazo o largo plazo	-	-	-	-	-	-
Otros ingresos	-	-	-	-	-	-
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	\$41.199,99	-\$7.271,50	\$4.631,23	\$23.933,04	\$54.762,92	\$104.595,60
Gastos financieros	-	\$1.098,33	\$1.108,65	\$1.119,07	\$1.129,59	\$1.140,21
Pago de créditos a largo plazo	-	\$4.806,33	\$4.816,65	\$4.827,07	\$4.837,59	\$4.848,21
Pago de participación de utilidades	-	-\$5.452,20	-\$535,48	\$7.442,85	\$20.191,34	\$40.802,97
Pago de impuesto a la renta	-	-\$7.723,95	-\$758,59	\$10.544,04	\$28.604,40	\$57.804,21
Compra de activos fijos	\$15.594,00	-	-	-	-	-
Otros ingresos	\$25.605,99	-	-	-	-	-
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	-\$41.199,99	\$7.271,50	-\$4.631,23	-\$23.933,04	-\$54.762,92	-\$104.595,60
G. FLUJO NETO GENERADO (C - F)	-\$41.199,99	-\$38.813,19	\$5.878,03	\$78.379,12	\$194.209,43	\$381.463,63
H. SALDO INICIAL DE CAJA		-\$41.199,99	\$2.386,80	\$3.491,23	\$74.887,88	\$119.321,54
I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	-\$41.199,99	-\$80.013,17	\$8.264,83	\$81.870,35	\$269.097,31	\$500.785,17

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.9 Evaluación financiera

Dentro de la evaluación financiera podemos encontrar todos los resultados obtenidos de los literales anteriores, todo esto con el fin de poder determinar si el plan de negocios es rentable y factible para su aplicación en base a los cálculos de los siguientes indicadores financieros.

Indicadores

Valor Actual Neto (VAN)

Antes de poder determinar el VAN debemos calcular el TMAR o Tasa Mínima Aceptable, este último se calcula con los datos de los fondos propios con su respectiva participación, en este caso del 55% y el préstamo solicitado que representa los fondos de terceros con una participación del 45%, además se establece una tasa de riesgo del plan de negocios del 11% que es un aproximado de la tasa de interés del préstamo por parte del banco que es del 11,26%, y por último, se fija la tasa de inflación de los últimos cinco años que es del 0,94%.

$$TMAR = RIESGO + INFLACIÓN + RIESGO \times INFLACIÓN$$

$$TMAR = 11\% + 0.94\% + 11\% \times 0.94\%$$

$$TMAR = 12.04\%$$

Tabla 63 Tasa de Descuento

	%	TASA DE RENTABILIDAD	PROMEDIO PONDERADO
Fondos Propios (Accionistas)	55%	12,04%	6,62%
Fondos de Terceros (Préstamo)	45%	11,26%	5,07%
		Tasa de descuento:	11,69%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

Conociendo el resultado obtenido de la Tasa de Descuento que es de 11,69% se procede a calcular con dicho dato el VAN.

Tabla 64 VAN

Año	FNC	(1+i)^n	FNC/(1+i)^n
0	-\$41.199,99		-\$41.199,99
1	-\$80.013,17	1,12	-\$71.638,06
2	\$8.264,83	1,25	\$6.625,19
3	\$81.870,35	1,39	\$58.758,89
4	\$269.097,31	1,56	\$172.917,39
5	\$500.785,17	1,74	\$288.113,16
VAN			\$413.576,59

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Una vez contamos con el valor del VAN procedemos a calcular el TIR para identificar la rentabilidad de la empresa y su factibilidad, una vez obtenido el resultado del TIR que es de 69,33% que redondeado se puede representar como un 69% se procede a aplicar este valor para corroborar que el resultado del VAN sea igual a 0.

Tabla 65 TIR

Año	FNC	(1+i)^n	FNC/(1+i)^n
0	-\$41.199,99		-\$41.199,99
1	-\$80.013,17	1,69	-\$47.253,13
2	\$8.264,83	2,87	\$2.882,50
3	\$81.870,35	4,86	\$16.862,73
4	\$269.097,31	8,22	\$32.732,31
5	\$500.785,17	13,92	\$35.973,68
VAN			0.00
TIR			69%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Una vez realizado el cálculo se establece que es un plan de negocios rentable y aplicable debido a que el resultado obtenido del VAN es mayor a 0 y la tasa del TIR refleja que es directamente proporcional al VAN para que este dé como resultado 0.

Beneficio Costo

Con los resultados obtenidos previamente se procede a determinar el beneficio/costo para este plan de negocios, para ello tomamos los valores netos de ingresos y egresos en la siguiente tabla juntamente con la fórmula añadida a continuación.

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

Donde:

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

VAC: Valor actual de la inversión inicial

Tabla 66 Beneficio/Costo

Año	Ingresos	Costos	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
0	\$0,00	\$41.199,99	\$0,00	\$41.199,99
1	\$56.478,92	\$89.118,94	\$50.567,18	\$79.790,71
2	\$90.094,80	\$89.956,66	\$72.221,15	\$72.110,41
3	\$144.129,26	\$90.802,25	\$103.442,53	\$65.169,38
4	\$230.569,06	\$92.252,14	\$148.159,78	\$59.279,67
5	\$368.847,12	\$93.119,31	\$212.206,18	\$53.573,67
Totales	\$890.119,16	\$496.449,28	\$586.596,82	\$371.123,82
			Beneficio/Costo	1.58

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Con este cálculo se puede determinar que por cada \$1.00 que se invierten el plan de negocios tiene una ganancia de \$0.58, tomando en cuenta los porcentajes arrojados con las tasas del VAN de cada año proyectado.

Período de Recuperación

Para este cálculo se toma en cuenta el flujo de caja y el flujo de caja actualizado con la tasa del VAN que ha sido de igual manera proyectado para cada año, esto con el fin de poder determinar un tiempo exacto del período de recuperación con estos datos y se aplica la fórmula necesaria para poder determinar este valor y analizar el número de períodos

necesarios para la recuperación.

Tabla 67 Período de Recuperación

Año	Flujo de Caja	F. de Caja Actualizado	F. de Caja Actualizado Acumulado
0	-\$41.199,99	-\$41.199,99	-\$41.199,99
1	-\$80.013,17	-\$71.638,06	-\$151.651,23
2	\$8.264,83	\$6.625,19	\$14.890,02
3	\$81.870,35	\$58.758,89	\$140.629,24
4	\$269.097,31	\$172.917,39	\$442.014,70
5	\$500.785,17	\$288.113,16	\$788.898,33

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

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

Dónde:

I_0 : es la inversión inicial del proyecto

F: es el valor de los flujos de caja

$$Paybay = \frac{41,199.99 - 14,890.02}{58,758.89}$$

$$Paybay = 2,45$$

Tabla 68 Cálculo de Meses y Días para la Recuperación

Período	Equivalencia	Tiempo Parcial	Tiempo Real
Meses	0.45	5.40	5 meses
Días	0.04	1.08	1 día

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

En este último cálculo podemos observar que el período necesario para la recuperación de la inversión estará en un lapso aproximado de 2 años, 5 meses y 1 día, de esta manera podemos determinar tiempos más precisos y reales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS


- ARCOTEL. (2021). *La ARCOTEL tramita varios permisos para instalación, operación y explotación de sistemas de TV pagada.*
- Banco Central del Ecuador. (2020). *La pandemia por el COVID-19 generó una caída en el PIB de 6,4% de marzo a diciembre de 2020.*
- Baumann, H. (02 de diciembre de 2021). *Crehana*. Obtenido de Crehana: <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/twitch-facebook-gaming/>
- Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito. (2018). *Depreciaciones de Activos Fijos*. DerechoEcuador.com.
- Borrás, H. (2021). *Tendencias y estadísticas de Twitch para 2021*. Cyberclick.
- Cabrera, M. (30 de agosto de 2020). La profesionalización de videojuegos en Ecuador. *La Hora*.
- Carvajal, E. S. (23 de marzo de 2020). *Telefónica*. Obtenido de Think Big / Empresas: <https://empresas.blogthinkbig.com/como-usan-la-ia-las-plataformas-de-streaming/>
- Control Sanitario del Ecuador. (2015). *Emisión de Permisos de Funcionamiento*.
- Diario Libre USA. (14 de agosto de 2022). ¿Cuántos suscriptores tiene cada plataforma de streaming? *Diario Libre*.
- Díaz, C. (10 de mayo de 2022). *Movistar eSports*. Obtenido de AS: https://esports.as.com/industria/streamers-usuarios-Twitch-mundo_0_1572742719.html
- Ding, S., Lin, J., & Zhang, Z. (2020). *Influences of Reference Group on Users' Purchase Intentions in Network Communities: From the Perspective of Trial Purchase and Upgrade Purchase*. Sustainability.
- Durard Mejía, J., & Patiño Sierra, L. M. (2021). *Plataformas de streaming y las variables que influyen en la continuación del servicio*. Lima.
- Ecuador en Cifras. (2021). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Ecuador Estado Digital 2021. (enero de 2021). En Ecuador, el 78,7% de los ciudadanos usa redes sociales. *Primicias*.
- Fernández, Y. (07 de julio de 2021). *Xataka*. Obtenido de Xataka Basics: <https://www.xataka.com/basics/suscripciones-twitch-cuanto-cuestan-que-niveles-hay>
- Forbes Ecuador. (05 de septiembre de 2022). Competencia feroz: las plataformas de streaming buscan nuevas vías para seguir creciendo. *Forbes*.

- Gestión Digital. (20 de julio de 2022). La popularidad de las plataformas de streaming. *Gestión Digital*.
- Global Petrol Prices. (2022). *Global Petrol Prices*. Obtenido de https://es.globalpetrolprices.com/Ecuador/diesel_prices/
- Gobierno del Ecuador. (2021). *Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras*. Gob.ec.
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de INEC: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiYTZyYjE1Y2YtMTA0OS00OGJhLWE1YzZmZTVhYTY1ZGRjMDc3IiwidCI6ImYxNThhMmU4LWNhZWMTNDQwNiIiMGFiLWY1ZTI1OWJkYTExMiJ9>
- INEC. (2016). *Tecnología de la Información y Comunicaciones (TIC's) 2016*. Ecuador en cifras.
- INEC. (2017). *Tras las cifras de Quito*. Quito: Ecuador en Cifras.
- INEC. (2021). *Indicadores de tecnología de la información y comunicación*. Encuesta Multi Propósito.
- INEC. (2022). *Boletín Técnico N°11-2022-IPC*. Ecuador en Cifras.
- Inversor Latam. (20 de julio de 2021). El streaming de video bajo demanda crecerá 10,6% para 2025. *Inversor Latam*.
- Mercado, A. (2022). *De menor a mayor: ¿Cuántos suscriptores tienen las plataformas de streaming?* Enter.co.
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos. (2020). *Impacto Social del COVID-19 en Ecuador: Desafíos y Respuestas*. OCDE.
- Pallares, J. (2021). *La plataforma de stream Trovo llega oficialmente a Latinoamérica*. UNOCERO.
- Pérez, B. M. (5 de mayo de 2021). Streaming: ventajas, desafíos y oportunidades de las radiotelevisión para captar audiencias. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, págs. 45-65.
- Pinzón, J. G. (2017). *Los youtubers en Ecuador*.
- Ponce, J. P. (2021). *Estadísticas Facebook Ecuador*. Mentinno. Obtenido de Formación General.
- Primicias. (2021). Los eSports, el universo gamer que se expandió durante la pandemia. *Primicias*.
- Primicias; ARCOTEL. (2021). Número de suscriptores de televisión pagada en Ecuador cae 18%. *Primicias*.

- Queiruga, S. (14 de julio de 2022). Qué es y cómo funciona Twitch: secretos de la plataforma de streaming de referencia para gamers (y no gamers). *Marketing 4 Ecommerce*.
- Quito Cómo Vamos DMQ. (2020). *Información sobre la demografía Quito Cómo Vamos 2020*. Quito.
- Silva, E. D. (2020). *Magenta*.
- Soto, S. A. (2021). *Plataformas de streaming ya alcanzaron 25% del mercado televisivo a nivel mundial*. La República.
- Superintendencia de Compañías. (2015). *Instructivo Societario, Constitución*. Supercias.

ANEXOS

Anexo 1 Formato de encuesta aplicada



EQINOX.TV

Saludos, le agradecemos participar en esta encuesta que tiene por objetivo implementar el **plan de negocios para la creación y comercialización de una plataforma de streaming en la ciudad de Quito**.
Esta encuesta es anónima y no tomará más de 3 minutos.

1. ¿Qué edad tiene? *

Menos de 17 años a 17 años

18 años a 25 años

26 años a 35 años

36 años a 45 años

46 años o más

2. ¿Cuál es tu género? *

Masculino

Femenino

3. ¿Conoce acerca de las plataformas de streaming o entretenimiento digital en vivo? *

Sí

No

4. ¿Cuál es la plataforma de streaming o entretenimiento digital en vivo que más utiliza? *

Twitch

YouTube

Facebook Gaming

Trovo

Otros

Ninguna

5. ¿Cuál es el periodo máximo que se suscribiría a esta plataforma? *

- 1 mes
- 3 meses
- 6 meses
- 9 meses
- 12 meses

6. ¿Cuánto paga aproximadamente en total en estas plataformas en suscripciones? *

- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- USD USD

7. ¿Le gustaría formar parte de una plataforma de streaming como creador de contenido o streamer, sabiendo que generará ingresos a través de esta? *

- Sí
- No

8. Como espectador, ¿Cuál es el contenido que más visualiza o consume en estas plataformas? *

- Gaming o videojuegos
- Música
- Análisis sobre productos
- Cocina
- Manualidades
- Otros

9. Si el contenido es de su agrado y de gran utilidad o entretenimiento, ¿Se suscribiría al canal del creador de contenido o streamer? *

- Sí
- Posiblemente
- No

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la suscripción al canal? *

- \$1.00 el primer mes y luego \$5.00 los siguientes meses
- \$2.00 el primer mes y luego \$3.50 los siguientes meses
- \$2.50 el primer mes y luego \$4.00 los siguientes meses

Anexo 2 Tabla de amortización del préstamo



CONDICIONES Y COSTO TOTAL DEL CRÉDITO

DATOS DE LA OPERACIÓN DE CRÉDITO SOLICITADA		
Segmento: PYMES	Sistema de Amortización: Sistema Francés (Cuota Fija)	Plazo: 60
Tasa de Interés Nominal: 10.72%	Interés: 5.494.64	Periodicidad: mes(es)
Tasa de Interés Efectiva: 11.26%	Cuota mensual estimada: 400.57	Monto líquido: 18.539.99
Total: 24.034.63	SOLCA: 92.70	Costos y Gastos: 0.00
Seguro de desgravamen: 479.76		

DATOS DE LA OPERACIÓN DE CRÉDITO SOLICITADA						
No. de Pago	Fecha	No. de Días	Capital	Interés	Valor Cuota	Saldo Capital
1	2023-02-10	30	234.95	165.62	400.57	18539.99
2	2023-03-13	31	231.59	168.98	400.57	18305.04
3	2023-04-11	29	244.50	156.07	400.57	18073.45
4	2023-05-11	30	241.30	159.27	400.57	17828.95
5	2023-06-12	32	232.98	167.59	400.57	17587.65
6	2023-07-10	28	255.87	144.70	400.57	17354.67
7	2023-08-09	30	247.82	152.75	400.57	17098.80
8	2023-09-08	30	250.03	150.54	400.57	16850.98
9	2023-10-10	32	242.38	158.19	400.57	16600.95
10	2023-11-07	28	264.38	136.39	400.57	16358.57
11	2023-12-07	30	256.79	143.78	400.57	16094.39
12	2024-01-08	32	249.66	150.91	400.57	15837.60
13	2024-02-05	28	270.60	129.97	400.57	15587.94
14	2024-03-06	30	263.74	136.83	400.57	15317.34
15	2024-04-05	30	266.09	134.48	400.57	15053.60
16	2024-05-06	31	264.06	136.51	400.57	14787.51
17	2024-06-04	29	275.15	125.42	400.57	14523.45
18	2024-07-04	30	273.29	127.28	400.57	14248.30
19	2024-08-05	32	267.40	133.17	400.57	13975.01
20	2024-09-02	28	286.28	114.29	400.57	13707.61
21	2024-10-02	30	280.67	119.90	400.57	13421.33
22	2024-11-01	30	283.18	117.39	400.57	13140.66
23	2024-12-02	31	281.88	118.69	400.57	12857.48
24	2025-01-02	31	284.48	116.09	400.57	12575.60
25	2025-01-30	28	298.09	102.48	400.57	12291.12
26	2025-03-03	32	286.29	114.28	400.57	11993.03
27	2025-03-31	28	302.96	97.61	400.57	11706.74
28	2025-04-30	30	298.70	101.87	400.57	11403.78
29	2025-05-30	30	301.36	99.21	400.57	11105.08
30	2025-06-30	31	300.84	99.73	400.57	10803.72
31	2025-07-29	29	309.87	90.70	400.57	10502.88
32	2025-08-28	30	309.51	91.06	400.57	10193.01
33	2025-09-29	32	306.39	94.18	400.57	9883.50
34	2025-10-27	28	320.72	79.85	400.57	9577.11
35	2025-11-26	30	317.88	82.69	400.57	9256.39
36	2025-12-26	30	320.72	79.85	400.57	8938.51
37	2026-01-26	31	321.02	79.55	400.57	8617.79
38	2026-02-24	29	328.92	71.65	400.57	8296.77
39	2026-03-26	30	329.39	71.18	400.57	7967.85
40	2026-04-27	32	327.78	72.79	400.57	7638.46
41	2026-05-25	28	339.62	60.95	400.57	7310.68
42	2026-06-24	30	338.30	62.27	400.57	6971.06
43	2026-07-24	30	341.32	59.25	400.57	6632.76
44	2026-08-24	31	342.49	58.08	400.57	6291.44
45	2026-09-22	29	349.20	51.37	400.57	5948.95
46	2026-10-22	30	350.55	50.02	400.57	5599.75
47	2026-11-23	32	350.55	50.02	400.57	5249.20
48	2026-12-21	28	359.73	40.84	400.57	4898.65
49	2027-01-20	30	360.02	40.55	400.57	4538.92
50	2027-02-19	30	363.24	37.33	400.57	4178.90
51	2027-03-22	31	365.35	35.22	400.57	3815.66
52	2027-04-20	29	370.77	29.80	400.57	3450.31
53	2027-05-20	30	373.06	27.51	400.57	3079.54
54	2027-06-21	32	374.78	25.79	400.57	2706.48
55	2027-07-19	28	381.13	19.44	400.57	2331.70
56	2027-08-18	30	383.14	17.43	400.57	1950.57
57	2027-09-17	30	386.57	14.00	400.57	1567.43
58	2027-10-18	31	389.67	10.90	400.57	1180.86
59	2027-11-16	29	393.74	6.83	400.57	791.19
60	2027-12-16	30	397.45	3.55	401.00	397.45
TOTAL:			18539.99	5494.64	24034.63	0.00

INTERÉS POR MORA	
DÍAS DE RETRASO HASTA EL DÍA DE PAGO	RECARGO POR MOROSIDAD HASTA
0	0%
ene-15	5%
16-30	7%
31-60	9%
+60	10%

Anexo 3 Cotización de suministros de oficina

MEGA LIBRERIA Y PAPELERIA POPULAR SCC
 AV LA PRENSA N52-27 Y LA FLORIDA
 023300625

PROFORMA DE VENTAS No. 195.16

SOLICITADO x: CONSUMIDOR FINAL	TIEMPO DE ENTREGA:
RUC: 999999999999999999 TELÉF.0	
DIRECCIÓN: CONSUMIDOR FINAL	FORMA DE PAGO:
Quito, 29 diciembre 2022	

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
ESFERO BIC P/F AZUL	6	0.4000	2.4000 I
ESFERO BIC P/F NEGRO	5	0.4000	2.0000 I
ESFERO BIC P/F ROJO	2	0.4000	0.8000 I
CORRECTOR BESTER ESFERO	3	0.6500	1.9500 I
CLIPS LANCER METALICO 32MM 4299500112	2	0.2500	0.5000 I
CLIP MARIPOSA IMPRES	2	0.6000	1.2000 I
HOJAS BOND A4 75G RESMA REPROPAL 321290418	2	5.0000	10.0000
ARCHIVADOR BENE LOMO 8 V/COLORES	2	3.0000	6.0000 I
SOBRES MANILA F3 LANCER	4	0.1000	0.4000 I
PROTECTOR DE HOJA A4 GRUESO ARTESCO	4	0.2500	1.0000 I
LAPIZ MONGOL	6	0.3000	1.8000 I
BORRADOR BESTER BT20	6	0.1500	0.9000 I
MEMOTIP 2X2 LANCER NEON 500HJS	6	1.5000	9.0000 I
RESALTADOR PELIKAN FLASH AMARILLO	3	0.6000	1.8000 I

SUBTOTAL 0%:	SUBTOTAL 12%:	SUBTOTAL	IVA 12% (+):	TOTAL A PAGAR:
39.75	0.00	39.75	0.00	39.75

TELEFAX:

SS SOPORTE DE SISTEMA S

16:49:04