



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

“Estudio para la creación de una plataforma virtual para inversionistas y emprendedores del Ecuador.”

AUTORES:

Ordoñez Zeas, Luis Alberto

Valarezo Quinaluisa, Rodrigo Andrés

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTOR:

Santillán Pesantes, Jaime Antonio

Guayaquil, Ecuador

27 de Agosto del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Ordoñez Zeas, Luis Alberto** y **Valarezo Quinaluisa, Rodrigo Andrés**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR (A)

f. _____

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, Mgs.

Guayaquil, a los 27 días del mes de Agosto del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Ordoñez Zeas, Luis Alberto y Valarezo Quinaluisa, Rodrigo Andrés**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Estudio para la creación de una plataforma virtual para inversionistas y emprendedores del Ecuador**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 27 días del mes de Agosto del año 2018

LOS AUTORES

f. _____
Ordoñez Zeas, Luis Alberto

f. _____
Valarezo Quinaluisa, Rodrigo Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Ordoñez Zeas, Luis Alberto y Valarezo Quinaluisa, Rodrigo Andrés**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio para la creación de una plataforma virtual para inversionistas y emprendedores del Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 27 días del mes de Agosto del año 2018.

LOS AUTORES

f. _____
Ordoñez Zeas, Luis Alberto

f. _____
Valarezo Quinaluisa, Rodrigo Andrés

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Ordoñez - Valarezo tesis urkund.docx (D40973788)
Submitted: 8/25/2018 11:01:00 PM
Submitted By: luisalbertoz_13@hotmail.com
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres y a mi familia por haber sido mi apoyo fundamental a lo largo de toda la carrera.

Agradezco a mi tutor, Ing. Jaime Santillán, por su guía durante este trabajo.

Agradezco a mis profesores, quienes me formaron para llegar a ser una profesional.

Ordoñez Zeas, Luis Alberto

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre Angelita por todo su amor, paciencia y consejos.

Agradezco a mi padre Rodrigo por ser ejemplo de esfuerzo y trabajo

Agradezco a mi tutor, Ing. Jaime Santillán, por su guía durante este trabajo.

Agradezco a mi familia y amigos que siempre estuvieron conmigo dándome aliento para seguir adelante.

Valarezo Quinaluisa, Rodrigo Andrés

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, a quienes considero como un ejemplo a seguir, quienes, gracias a su gran esfuerzo, pude ser parte de esta gran universidad.

Ordoñez Zeas, Luis Alberto

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi madre Angelita, quien es la persona más importante de mi vida, un ejemplo de superación y constancia que ha estado a mi lado brindándome su apoyo incondicional y cariño desinteresado.

Valarezo Quinaluisa, Rodrigo Andrés



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Mgs.
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Econ. David Coello Cazar, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Mao Garzón Quiroz Phd(c) Mgs.
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CALIFICACIÓN

f. _____

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio

Índice

Índice.....	XII
Índice de Tablas	XVIII
Índice de Figuras	XX
Resumen.....	XXIV
Abstract	XXV
Introducción	26
Capítulo 1	27
1. Descripción de la investigación	27
1.1 Tema – Título	27
1.2 Antecedentes	27
1.3 Planteamiento del Problema	29
1.4 Justificación.....	30
1.5 Preguntas de investigación	31
1.6 Objetivo General	31
1.7 Objetivos Específicos	31
1.8 Alcance de la investigación	32
Capítulo 2.....	33
2. Marco conceptual, Marco legal y Diseño Metodológico.....	33
2.1 Base teórica	33
2.1.1 Teoría de los recursos y capacidades	33
2.1.2 Teoría del conectivismo.....	33
2.1.3 Teoría del triángulo invertido	35
2.2 Base conceptual	35
2.2.1 Emprendimiento.....	35
2.2.2 Emprendedor	36
2.2.4 Tipos de compañías.....	36
2.2.5 Socio.....	37
2.2.6 Socio capitalista	37
2.2.7 Socio industrial	37
2.2.8 Propiedad industrial	37
2.2.9 Propiedad intelectual.....	37
2.2.10 Términos y condiciones de uso	37
2.2.11 Políticas de privacidad	38
2.2.12 Contrato de confidencialidad	38

2.2.13	Fuentes de financiamiento.....	38
2.2.14	Plataforma	40
2.2.15	Plataforma virtual.....	40
2.2.16	Telefonos inteligentes	40
2.2.17	Sistemas operativos.....	41
2.2.18	Aplicaciones moviles	41
2.2.19	Economía colaborativa.....	41
2.2.20	Teletrabajo.....	42
2.2.21	Análisis FODA.....	42
2.2.22	Análisis PEST	42
2.2.23	Análisis Porter.....	43
2.2.24	Marketing Mix	43
2.3	Marco legal.....	43
2.3.1	Tienda de aplicaciones	45
2.3.2	Políticas de contenidos.....	45
2.3.3	Productos peligrosos	45
2.3.4	Interferencia con el sistema.....	46
2.3.5	Publicidad en las notificaciones	46
2.3.6	Compras integradas en aplicaciones	46
2.3.7	Spam.....	46
2.4	Metodología de investigación	46
2.4.1	Tipo de Investigación.....	46
2.4.2	Diseño de la Investigación	47
2.4.3	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	48
2.4.4	Resumen del marco metodológico	48
Capítulo 3	49
3.	La empresa.....	49
3.1	Análisis de la oportunidad	49
3.2	Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio	50
3.3	Misión.....	50
3.4	Visión	50
3.5	Valores de la Empresa	50
3.6	Objetivo General	50
3.7	Objetivos Específicos	50
3.8	Entorno jurídico de la empresa.....	51

3.8.1	Generalidades (Tipo de Empresa).....	51
3.8.2	Fundación de la Empresa	51
3.8.3	Capital Social, Acciones y Participaciones	51
3.8.4	Organigrama de la empresa.....	52
3.8.5	Política y condiciones de la empresa	54
3.8.6	Propiedad Intelectual.....	56
Capítulo 4.....		57
4.	Estudio Técnico	57
4.1	Objetivo	57
4.2	Descripción del producto o servicio	57
4.3	Elementos fundamentales para la implementación de la aplicación móvil propuesta	58
4.3.1	Disponibilidad de Internet.....	58
4.3.2	Disponibilidad de smartphones con sistema operativo Android.....	58
4.3.3	Acceso libre a la tienda virtual de play store en el mercado objetivo..	58
4.3.4	Acceso a tarjetas de crédito o débito de parte del mercado objetivo ...	59
4.3.5	Disponibilidad de las herramientas para el desarrollo de la aplicación móvil	59
4.4	Valoración de elementos requeridos por la aplicación.....	60
4.5	Capacidad inicial de usuarios para la aplicación móvil.....	61
4.6	Requerimientos no funcionales de la aplicación móvil.....	61
4.7	Usuarios.....	61
4.7.1	El emprendedor	62
4.7.2	El Socio Capitalista.....	62
4.8	Administrador.....	63
4.9	Proceso de desarrollo de aplicaciones de software.....	64
4.10	Publicación de la aplicación en la tienda Google Play.....	64
4.10.1	Registrar una cuenta de desarrollador	64
4.10.2	Crear la ficha de la aplicación	64
4.10.3	Subir el archivo APK	65
4.10.4	Calificación de contenido.....	65
4.10.5	Configura los precios y la distribución de las aplicaciones	65
4.11	Proceso de servicio para el rol de emprendedor	66
4.11.1	Descarga de la aplicación.....	66
4.11.2	Registro de cliente o usuarios	66
4.11.3	Validación del usuario.....	68

4.11.4	Proceso para Publicación de proyectos (Emprendedores)	68
4.11.5	Aprobación o validación del proyecto	69
4.11.6	Contacto con socios.....	69
4.11.7	Aprobación de la transacción por la administración de la plataforma.	69
4.11.8	Proceso de compra	69
4.12	Proceso de servicio para el rol de socios capitalistas	70
4.12.1	Descargar la aplicación	70
4.12.2	Registrarse en la plataforma.....	70
4.12.3	Seleccionar un proyecto	70
4.12.4	Contacto con el emprendedor	71
4.12.5	Revisión por parte de la administración de la plataforma.....	71
4.12.6	Confirmación de compra por parte del emprendedor	71
4.13	Proceso para acceder al valor agregado.....	71
4.13.1	Tener un usuario valido bajo el rol de socio o emprendedor	71
4.13.2	Acceder al menú despegable donde se muestran los distintos servicios informativos de la plataforma	72
4.13.3	Acceder al contenido que se ajuste a sus necesidades	72
4.14	Capacidad proyecta de los empleados	72
Capítulo 5	72
5.	Estudio de mercado.....	72
5.1	Atractividad de la Industria	73
5.1.1	Facilidad de negocios en el Ecuador	73
5.1.2	Emprendimiento a nivel mundial	73
5.1.3	Aplicaciones móviles y el crecimiento empresarial.....	75
5.1.4	Panorama para la industria de las aplicaciones moviles	75
5.1.5	Participación de mercado de los sistemas operativos moviles en Ecuador 75	
5.1.6	Aplicaciones móviles más descargadas en Ecuador	75
5.1.7	Crecimiento económico de las plataformas de economía colaborativa 76	
5.1.8	Economía colaborativa en Ecuador.....	77
5.2	Análisis de la Demanda	77
5.2.1	Segmentación de Mercado	77
5.3	Análisis PESTA.....	78
5.3.1	Análisis Político en el Ecuador	78
5.3.2	Análisis económico en el Ecuador	79
5.3.3	Análisis social en Ecuador	82

5.3.4	Ambiente Tecnológico	85
5.3.5	Análisis Ambiental.....	85
5.4	Análisis del Ciclo de Vida del Producto.....	85
5.5	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter.....	86
5.5.1	Poder de negociación de los clientes.....	86
5.5.2	Poder de negociación con los proveedores.	86
5.5.3	Rivalidad entre las empresas	86
5.5.4	Amenaza de nuevos entrantes	89
5.5.5	Amenazada de productos sustitutos	89
5.6	Competidores directos	92
5.7	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de	92
5.7.1	Estrategia Angel Investment Network	92
5.7.2	Estrategias de Angeles EC	93
5.7.3	Estrategias de Buen Trip Hub	93
5.7.4	Estrategias Impulsec.....	94
5.8	Matriz FODA	94
5.8.1	Fortalezas	96
5.8.2	Oportunidades	96
5.8.3	Un nicho poco explorado en el mercado ecuatoriano	96
5.8.4	Incremento de la dependencia del teléfono inteligente	96
5.8.5	No se necesita de una gran infraestructura para este servicio	97
5.8.6	Costos bajos de distribución	97
5.8.7	Nuevos proyectos de reforma que impulsan la creación de nuevas empresas en el Ecuador.....	97
5.8.8	Debilidades.....	98
5.8.9	Amenazas	98
5.8.10	La desconfianza del mercado objetivo con la subida de información al internet. 98	
5.9	Investigación de Mercado	98
5.9.1	Objetivo general	98
5.9.2	Objetivos Específicos.....	99
5.9.3	Mercado Meta	99
5.9.4	Técnica de recogida y análisis de datos	99
5.9.5	Entrevista.....	99
5.9.6	Estudio del perfil del emprendedor	101
5.9.7	Estudio del perfil del inversionista.....	111

5.9.8	Análisis de relación entre los perfiles	121
5.10	Plan de marketing	121
5.10.1	Misión	122
5.10.2	Visión	122
5.10.3	Objetivo General	122
5.10.4	Objetivos Específicos	122
5.10.5	Marketing Mix	122
5.11	Implementación de la estrategia	128
5.12	Control de la estrategia	128
Capítulo 6	128
6.	Análisis Financiero	128
6.1	Presentación de Gastos y Costos	128
6.1.1	Gastos Preoperativos	128
6.1.2	Gastos de inversión fija	129
6.1.3	Costos Directos	130
6.1.4	Costos Indirectos	132
6.1.5	Gastos	133
6.1.6	Resumen de costos	134
6.2	Depreciación	134
6.3	Inversión Inicial	135
6.4	Financiamiento	135
6.5	Proyección de indicadores de demanda	136
6.1	Proyección de variables que influyen en la estimación de costos	136
6.2	Proyección de demanda	137
6.3	Flujo de caja proyectado	137
6.4	Estado de resultado	138
6.5	Balance General	139
6.6	Indicadores Financieros	141
6.6.1	TIR y VNA	141
6.6.2	Payback	141
6.6.3	Razón corriente	142
6.6.4	ROA	142
6.6.5	ROE	143
6.6.6	Capital de trabajo neto	143
6.6.1	Punto de equilibrio	143

Conclusiones	145
Recomendaciones.....	146
Referencias.....	147
Apéndice	162

Índice de Tablas

<i>Tabla 1</i> Detalle de la metodología a emplearse en el presente trabajo	49
<i>Tabla 2</i> Resumen de tareas y responsables	53
<i>Tabla 3</i> Descripción de productos y servicios ofrecidos por Impulsec	57
<i>Tabla 4</i> Requerimientos técnicos necesarios para el desarrollo de la aplicación	60
<i>Tabla 5</i> Capacidad inicial de usuarios para la aplicación móvil.....	61
<i>Tabla 6</i> Requerimientos no funcionales de la aplicación	61
<i>Tabla 7</i> Requerimientos funcionales para el usuario A	62
<i>Tabla 8</i> Requerimientos funcionales para el usuario B	63
<i>Tabla 9</i> Requerimientos funcionales para el administrador.....	63
<i>Tabla 10</i> Capacidad proyectada para cada administrador de la plataforma.....	72
<i>Tabla 11</i> Actividades para formalizar un negocio en el Ecuador	73
<i>Tabla 12</i> Los 10 países más emprendedores del 2017.....	74
<i>Tabla 13</i> Ranking de las aplicaciones más descargas en Ecuador en la tienda de aplicaciones Play Store a Junio del 2018	76
<i>Tabla 14</i> Criterios de segmentación de mercado	77
<i>Tabla 15</i> Flujo de IED en Ecuador por sectores (Miles USD)	80
<i>Tabla 16</i> Listado de Precios de la plataforma Angel Investment Network	87
<i>Tabla 17</i> Desglose de las variables seleccionadas para la toma de la muestra	101
<i>Tabla 18</i> Resultados de encuestas relacionado con la intención de emprendimiento en distintos sectores	107
<i>Tabla 19</i> Desglose de las variables seleccionadas para la toma de la muestra	112
<i>Tabla 20</i> Sectores atractivos para la inversión de emprendimientos	120
<i>Tabla 21</i> Plan de marketing a través del internet.....	127
<i>Tabla 22</i> Gastos de constitución de la empresa	128

<i>Tabla 23</i> Costos correspondientes al registro de la propiedad intelectual en el Ecuador	128
<i>Tabla 24</i> Gastos de instalación de la fibra óptica	129
<i>Tabla 25</i> Gastos adicionales.....	129
<i>Tabla 26</i> Proforma de desarrollo de aplicación móvil Impulsec	129
<i>Tabla 27</i> Equipos de computación necesarios para el proyecto	130
<i>Tabla 28</i> Costos de servicios mensuales necesarios para el proyecto	131
<i>Tabla 29</i> Costos de nómina.....	131
<i>Tabla 30</i> Costos de comisión del uso del botón de pagos Paymentez	132
<i>Tabla 31</i> Costo de hosting y dominio	132
<i>Tabla 32</i> Costos del plan de marketing.....	132
<i>Tabla 33</i> Costo estimado del mantenimiento de la aplicación anual.....	133
<i>Tabla 34</i> Costo estimado de un contador externo.....	133
<i>Tabla 35</i> Costo correspondiente a la renovación de la firma electrónica de la empresa	133
<i>Tabla 36</i> Gasto correspondiente a la renovación de equipos.....	134
<i>Tabla 37</i> Resumen de costos y gastos de Impulsec	134
<i>Tabla 38</i> Depreciación de equipos de cómputo correspondiente al periodo 2018-2020	134
<i>Tabla 39</i> Depreciación de equipos de cómputo correspondiente al periodo 2021-2023	135
<i>Tabla 40</i> Detalle de la inversión inicial	135
<i>Tabla 41</i> Proyección de indicadores de demanda	136
<i>Tabla 42</i> Indicadores que influyen sobre los costos.....	136
<i>Tabla 43</i> Proyección de demanda	137
<i>Tabla 44</i> Flujo de caja.....	138
<i>Tabla 45</i> Estado de resultado	139
<i>Tabla 46</i> Balance General.....	140
<i>Tabla 47</i> Resultado del Flujo de caja.....	141
<i>Tabla 48</i> Criterios para el cálculo de la TMAR.....	141
<i>Tabla 49</i> Payback.....	142
<i>Tabla 50</i> Razón Corriente	142
<i>Tabla 51</i> ROA.....	142

<i>Tabla 52</i> ROE	143
<i>Tabla 53</i> Capital de trabajo neto	143
<i>Tabla 54</i> Punto de equilibrio en el Precio	143
<i>Tabla 55</i> Punto de equilibrio en cantidades	144

Índice de Figuras

<i>Figura 1</i> Logo de la compañía. Elaboración propia	56
<i>Figura 2.</i> Marca de la compañía. Elaboración propia.....	57
<i>Figura 3</i> Drake (2008). Ilustración del proceso de desarrollo de aplicaciones de software [Figura]. Recuperado de https://www.ctr.unican.es/asignaturas/MC_OO/Doc/OO_08_I2_Proceso.pdf	64
<i>Figura 4.</i> Ilustración de proceso para el rol de emprendedor. Elaboración propia....	66
<i>Figura 5.</i> Ilustración de procesos para el socio capitalista. Elaboración propia.....	70
<i>Figura 6.</i> Ilustración de procesos para el acceder al contenido de valor agregado. Elaboración propia.	71
<i>Figura 7.</i> SENA (2018). Ilustración de los componentes que definen los aspectos del sistema emprendedor [Figura]. Recuperado de http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2017/12/%C3%8Dndice-Global-de-Emprendimiento-2018-.pdf	74
<i>Figura 8.</i> Statista (2017) Ilustración de las Ganancias generadas por la economía colaborativa a nivel mundial durante el año 2015. [Figura]. Recuperado de https://static.hosteltur.com/web/uploads/2018/03/Informe_Economya_Colaborativa_Osteelea.pdf	77
<i>Figura 9.</i> ProEcuador (2018) Ilustración de la Balanza comercial no petrolera del Ecuador. [Figura]. Recuperado de https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-ecuador/	80
<i>Figura 10.</i> Fase actual del producto. Elaboración propia	86
<i>Figura 11.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondientes a la ciudad. Elaboración propia.....	102
<i>Figura 12.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la edad. Elaboración propia.....	103
<i>Figura 13.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente al género. Elaboración propia.....	103

<i>Figura 14.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la ocupación. Elaboración propia.....	104
<i>Figura 15.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente a información financiera. Elaboración propia.	104
<i>Figura 16.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la búsqueda de información financiera. Elaboración propia.	105
<i>Figura 17.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la dificultad. Elaboración propia.....	105
<i>Figura 18.</i> Resultado de la encuesta 1 correspondiente a la intención de emprender. Elaboración propia.	106
<i>Figura 19.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la limitante. Elaboración propia.....	106
<i>Figura 20.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente a los sectores a emprender. Elaboración propia.	107
<i>Figura 21.</i> Resultados de la Encuesta 1 correspondiente a la publicación del abstracto del proyecto. Elaboración propia.	108
<i>Figura 22.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la intención de pagar por el servicio. Elaboración propia.....	109
<i>Figura 23.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente al precio dispuesto a pagar por los emprendedores. Elaboración propia.	109
<i>Figura 24.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente al método de pago preferido por los emprendedores. Elaboración propia.	110
<i>Figura 25.</i> Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la intención de descargar la aplicación. Elaboración propia.	111
<i>Figura 26.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la ciudad. Elaboración propia.....	113
<i>Figura 27.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente al género. Elaboración propia.....	113
<i>Figura 28.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la edad. Elaboración propia.....	114
<i>Figura 29.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente a las inversiones realizadas en el Ecuador. Elaboración propia.	114
<i>Figura 30.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la rentabilidad de la inversión. Elaboración propia.	115

<i>Figura 31.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la seriedad y el conocimiento de la institución o persona involucrada. Elaboración propia.....	116
<i>Figura 32.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la tasa de retorno ofrecida. Elaboración propia.	116
<i>Figura 33.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente al riesgo que implica la inversión. Elaboración propia.	117
<i>Figura 34.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente al tiempo que tomara la recuperación del capital. Elaboración propia.	117
<i>Figura 35.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la intervención del inversionista para lograr los objetivos del proyecto. Elaboración propia.	118
<i>Figura 36.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la intención de invertir dinero en proyectos emprendedores. Elaboración propia.	118
<i>Figura 37.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente al dinero dispuesto a invertir. Elaboración propia.	119
<i>Figura 38.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente al tipo de retorno preferido. Elaboración propia.	119
<i>Figura 39.</i> Resultados de la encuesta 2 correspondiente a los sectores preferentes para invertir. Elaboración propia.....	120
<i>Figura 40.</i> Resultados de Encuestas. Elaboración propia.....	121
<i>Figura 41.</i> Pantalla de inicio de la aplicación. Elaboración propia.	122
<i>Figura 42.</i> Pantalla de principal de la aplicación. Elaboración propia.	125
<i>Figura 43.</i> Pantalla de descarga de la aplicación. Elaboración propia.	162
<i>Figura 44.</i> Pantalla de validación de usuarios de la aplicación. Elaboración propia.	162
<i>Figura 45.</i> Pantalla de registro de nuevos usuarios de la aplicación. Elaboración propia.....	163
<i>Figura 46.</i> Pantalla de registro de nuevos usuarios de la aplicación. Elaboración propia.....	163
<i>Figura 47.</i> Pantalla de registro de nuevos usuarios de la aplicación. Elaboración propia.....	164
<i>Figura 48.</i> Pantalla de publicación de nuevos proyectos de la aplicación. Elaboración propia.....	164
<i>Figura 49.</i> Pantalla de publicación de nuevos proyectos de la aplicación. Elaboración propia.....	165

<i>Figura 50.</i> Pantalla de vista de proyectos de la aplicación. Elaboración propia. Logo de crédito pacifico obtenido de: https://www.bancodelpacifico.com/lista-de-noticias/noticias-banco-del-pacifico/archive/bancopacifico/2011/10/01/Ent_E900_rate-cuales-son-los-productos-del-mes.aspx	166
<i>Figura 51.</i> Pantalla de vista de proyectos de la aplicación. Elaboración propia. Logo de crédito pacifico obtenido de: https://www.bancodelpacifico.com/lista-de-noticias/noticias-banco-del-pacifico/archive/bancopacifico/2011/10/01/Ent_E900_rate-cuales-son-los-productos-del-mes.aspx	166
<i>Figura 52.</i> Pantalla de navegación de proyectos de la aplicación. Elaboración propia. Logo de crédito pacifico obtenido de: https://www.bancodelpacifico.com/lista-de-noticias/noticias-banco-del-pacifico/archive/bancopacifico/2011/10/01/Ent_E900_rate-cuales-son-los-productos-del-mes.aspx	167
<i>Figura 53.</i> Pantalla de preguntas y respuestas de la aplicación. Elaboración propia.	167
<i>Figura 54.</i> Pantalla de preguntas y respuestas de la aplicación. Elaboración propia.	168
<i>Figura 55.</i> Pantalla de compra. Elaboración propia.	168
<i>Figura 56.</i> Pantalla de vista de proyectos de la aplicación. Elaboración propia. Logo de crédito pacifico obtenido de: https://www.bancodelpacifico.com/lista-de-noticias/noticias-banco-del-pacifico/archive/bancopacifico/2011/10/01/Ent_E900_rate-cuales-son-los-productos-del-mes.aspx	169
<i>Figura 57.</i> Pantalla de ¿Cómo emprender en Ecuador? de la aplicación. Elaboración propia.....	169
<i>Figura 58.</i> Pantalla de Financiamiento en Ecuador de la aplicación. Elaboración propia.....	170
<i>Figura 59.</i> Pantalla de Emprendedores ejemplares de la aplicación. Elaboración propia.....	170
<i>Figura 60.</i> Pantalla de Actualidad de la aplicación. Elaboración propia.....	171

Resumen

Este documento de trabajo de titulación tiene por objeto examinar la factibilidad empresarial, técnica, de mercado y financiera para la creación de una plataforma virtual para inversionistas y emprendedores del Ecuador.

La tesis analiza una serie de factores socioeconómicos para poder constituir una empresa que será la encargada de administrar el contenido de dicha plataforma e implementarla en el mercado ecuatoriano.

El presente trabajo de titulación está dividido en seis capítulos que utilizan una metodología analítica-descriptiva, para estudiar todos los factores influyentes y mediante ese análisis determinar la factibilidad del proyecto.

Este estudio inicia mediante el análisis de antecedentes del mercado, la industria y el producto para así determinar la problemática y los objetivos necesarios para solucionarla, una vez establecido estos parámetros se procede a la creación de un marco teórico, conceptual y legal que involucra todas las bases teóricas que respaldan la propuesta del presente trabajo.

El estudio continúa con la redacción del estudio técnico en donde establece que si es posible la creación de una aplicación con los parámetros requeridos de la propuesta, luego el estudio de la empresa donde detalla el procedimiento legal necesario para constituir una empresa acorde a la propuesta, continua con un estudio de mercado donde se estudia el perfil de dos usuarios que corresponden al emprendedor y al socio capitalistas detallando sus preferencias y opiniones respecto a la plataforma y finalmente se presenta un estudio financiero donde se procede a analizar los distintos estados e financieros proyectados bajo el análisis de los distintos indicadores correspondientes a la demanda.

En la parte final de la investigación podrá encontrar el análisis final contenido en las conclusiones y recomendaciones correspondiente a la presente propuesta.

Palabras clave: Emprendedores, socios capitalistas, inversionistas, economía colaborativa, aplicaciones móviles, Ecuador.

Abstract

The purpose of this document is to examine the technical, market and financial feasibility for the creation of a virtual platform for investors and entrepreneurs from Ecuador.

This document analyzes a series of socioeconomic factors to be able to constitute a company that will be in charge of managing the content of the platform and its implementation in the Ecuadorian market.

This document is divided into six chapters that use an analytical-descriptive methodology to study all the influencing factors and through this analysis determine the feasibility of the project.

This study starts by analyzing the background of the market, the industry and the product in order to determine the issues, needs and the objectives to solve it, once these parameters are established, a theoretical, conceptual and legal framework is developed, that involves all the theoretical bases that support the proposal of this work.

The study continues with the drafting of the technical study, where it determine that if possible the creation of an application with the required parameters of the proposal, continue with the study of the legal procedure necessary to set up a company according to the proposal, After that continues with a market study where the profile of two users corresponding to the entrepreneur and the capitalist partner is studied, detailing their preferences and opinions regarding the platform, and finally a financial study is presented where it includes the costs and expenses needed. the various financial indicators and financial statements are analyzed, included the variation of the indicators corresponding to the demand.

In the final part of this research, you will find the final analysis contained in the conclusions and recommendations corresponding to this proposal.

Keywords: Entrepreneurs, capitalist partners, investors, collaborative economy, mobile applications, Ecuador

Introducción

En este proyecto de titulación se realizará un análisis de la propuesta para la creación de una plataforma virtual para inversionistas y emprendedores del Ecuador. El proyecto tiene una duración de seis años, para lo cual se analizarán: Estadísticas, datos financieros y económicos brindados por entidades como: el INEC, Banco Central del Ecuador, Statista, GEM y el Banco Mundial.

Se realizará un estudio técnico y de mercado para establecer y relacionar un proceso de servicio eficiente que permita brindar un servicio de calidad, detallando el uso de técnicas de mercadeo necesarias para introducir y posicionar el producto en el mercado ecuatoriano.

El Mundo entero se encuentra en un periodo correspondiente a la globalización del internet y sus beneficios relacionados con el acceso a la información. La cual debe ser aprovechada por las distintas industrias en los distintos mercados. Como el caso del mercado ecuatoriano, la implementación de plataformas de economía colaborativa ha dado grandes resultados en el mundo en las distintas industrias.

A lo largo de los años, el Ecuador se ha mantenido entre los líderes del emprendimiento en la región y el mundo. Sin embargo, esta medida no está relacionada con el desarrollo de la economía. Ya que, así como tiene una alta tasa de emprendimiento también tiene una alta tasa de cierre temprano de los mismos, este proyecto pretende enlazar estos beneficios mencionados y prospectarlos en la plataforma propuesta. Y que sirva de contribución para el país.

Capítulo 1

1. Descripción de la investigación

1.1 Tema – Título

Estudio para la creación de una plataforma virtual para inversionistas y emprendedores del Ecuador.

1.2 Antecedentes

El Internet desde su creación hasta la actualidad ha pasado a ser parte fundamental de la sociedad, y se ha convertido tanto en un medio de información, comunicación y entretenimiento con un poder tan alto capaz de mover colectivos de personas, expandir información en tan solo segundos, comunicarte en tiempo real con cualquier rincón del mundo, y se ha convertido en parte fundamental del crecimiento empresarial, hoy en día es muy difícil crear o mantener algún tipo de negocio sin la ayuda del internet. (Dentzel, 2014)

A Enero del 2018 tenemos que el 43% del acceso a internet a nivel mundial se realiza mediante computadora cayendo 3% con respecto al año anterior, mientras que el 52% se lo realiza mediante smartphones aumentando un 4% con respecto al año anterior, el sobrante se lo reparten entre tablets y otros dispositivos multimedia. (Kemp, 2018) esto nos demuestras que el uso del internet está migrando progresivamente al smartphone, dejando relegados a dispositivos con menos practicidad, como las computadoras, gracias a esta tendencia el mercado de las aplicaciones móviles está creciendo a pasos agigantados como podemos notar, con corte al mes de Mayo del 2018 se reportaron 3,755,755 aplicaciones disponibles en la tienda virtual de Play store administrada por Google (Brain, 2018) y 2,100,000 aproximadamente en la tienda de Apple store (Costelo, 2018), dos de los grandes líderes en el mercado de venta de aplicaciones móviles.

Durante el año 2017 a nivel global se descargaron 197 mil millones de aplicaciones, también se registraron un gasto global por parte de los usuarios de 81 mil millones de dólares y se estima que para el 2020 el mercado de aplicaciones móviles tenga un valor de 189 mil millones de dólares. (Merca2.0, 2018)

De esta globalización del internet ha aparecido un nuevo concepto llamado economía colaborativa, esta se puede definir como “un modelo económico basado en compartir, intercambiar, prestar o alquilar bienes y servicios entre particulares a cambio de una compensación pactada entre ambos.”(Statista, 2016, párr. 1)

Un estudio publicado por Ostelea escuela de turismo y hospitalidad determino que las plataformas de economía colaborativa enfocadas a las finanzas generaron 250 millones de Euros en el año 2017, también se prevé un mayor crecimiento para la región de Latinoamérica donde existe mayor predisposición a usar este tipo de plataformas que en el resto de los continentes a excepción de Asia. (Beltran, 2018)

Dada esta información es aquí donde se pretende crear nexos entre emprendedores y colaboradores tales como socios capitalistas, socios expertos, asesores, proveedores y distribuidores usando este modelo de negocios de las plataformas colaborativas aplicándolo en el Ecuador.

Según Arcotel el uso de internet en el Ecuador registra a Marzo del 2018 que un 41.2% tiene acceso a internet desde el hogar (2018), comparado al 2012 donde apenas alcanzaba un 22.5%, (INEC, 2016b, p. 7), el uso del internet móvil también se incrementó paso del 22,2% en el 2012 al 48,7% a Junio del 2017 (Arcotel, 2017) cabe recalcar que el 63,6% de la población tiene acceso a un Smartphone a diciembre del 2017 (MINTEL, 2017) durante el 2016 se estimó que el 41,62% de ecuatorianos usan el internet para obtener información y temas relacionados al trabajo, mientras el 34,09% como comunicación y entretenimiento (Telégrafo, 2017).

Páginas web como El aumento del comercio electrónico también es notorio en el Ecuador tanto que MercadoLibre.com y OLX.com páginas que se dedican a la compra, venta y trueques comerciales se encuentran el puesto #22 y #20 de las páginas más visitadas en el Ecuador a Mayo del 2018, (Alexa, 2018) hacemos énfasis en este tipo de páginas ya que están siendo usadas como plataformas para buscar socios e inversionistas para negocios, según búsquedas realizadas en sus publicaciones (OLX, 2018; MecadoLibre, 2018), esto se da debido al gran alcance que tienen los sitios mencionados, y que en el Ecuador no existe una plataforma virtual funcional mediante una aplicación móvil que tenga un alcance similar y que su objetivo vaya más allá de la recaudación de fondos mediante crowdfunding como Catapultados.com o AngelesInversionistas.com por citar dos ejemplos.

Sin embargo, en el país el uso de internet se sigue priorizando para el consumo de redes sociales, multimedia, y búsqueda de información, poco a poco se ha ido acrecentando su uso para el desarrollo de negocios, como la impulsión de aplicaciones locales complementadas con la oferta internacional. (Ponce, 2017)

Al referimos al Ecuador como mercado al que va destinado el proyecto. Tenemos que cuenta con el 68,1% de su población se encuentra económicamente

activa, y que actualmente, tenemos que las tasas de desempleo, subempleo e informalidad según el INEC (Instituto Nacional De Estadística y Censo) estos se ubican en el 4,4%,18,3% y 25,7% respectivamente(2018). Debido a esto muchos de sus habitantes buscan emprender algún tipo de negocio para buscar una estabilidad laboral.

Ecuador es considerado un país de emprendedores ya que cuenta con la tasa más alta de emprendimiento de la región, y la segunda a nivel mundial. (Global Entrepreneurship Monitor, 2017, p. 24),Sin embargo, no todos lo consiguen cerca de un 70% fracasan en el intento según Camila Pinzón presidente de la corporación para el emprendimiento y la innovación. (Vistazo, 2016). También tenemos que de las empresas registradas en el Ecuador apenas un 8,57% lo hace bajo sociedad con fines de lucro.(INEC,2016, p. 19)

Por otro lado, tenemos que en el Ecuador apenas 38 de cada 100 personas poseen en los bancos: Depósitos de ahorro, depósitos a plazo o pólizas de acumulación, cuentas corrientes y dinero electrónico.(EL Comercio, 2018a) Importante debido a que de este grupo de personas se podrían convertir en potenciales inversionistas.

Dados estos antecedentes queremos desarrollar este proyecto con el fin de aportar nuestra contribución y ofrecer una alternativa al mercado ecuatoriano al momento de empezar nuevos proyectos.

1.3 Planteamiento del Problema

El emprendimiento es la aspiración que tiene la gran mayoría de ecuatorianos debido a los altos índices de desempleo, subempleo e informalidad según el INEC (Instituto Nacional De Estadística y Censo) estos se ubican en el 4,4%,18,3% y 25,7% respectivamente(2018). Creando un ambiente de incertidumbre laboral, debido a esto los ecuatorianos han optado por buscar la independencia laboral ya sea por necesidad o por oportunidad, siendo el país con la tasa mas alta de emprendimiento de la region, y la segunda a nivel mundial. (Virginia, Caicedo, Ordeñana, & Samaniego, 2016, p. 10).

Según estudio presentado por Global Entrepreneurship Monitor durante el 2016 , informa “El impacto que generan los negocios ecuatorianos en cuanto a creación de empleo es bajo, tanto así que el 72.8% de los emprendimientos son unipersonales y con bajas expectativas de generación de empleo.” Es notorio que los ecuatorianos no buscan la colaboración de ningun tercero en sus negocios dando como

resultado un 70% de fracaso en el intento según Camila Pinzon presidente de la corporación para el emprendimiento y la innovación. (Vistazo, 2016).

El uso de tecnologías con más de 5 años de antigüedad, el orientarse solo al consumidor un 74.4%, la falta de innovación donde un 74% de los nuevos negocios se considera repetitivo, la falta de visión para un crecimiento constante de la empresa establecida donde un llamativo 65% de estos negocios no poseen ningún empleado y pocos aspiran a abrir plazas de trabajo también existe un alto porcentaje de informalidad dado que el índice de registro en la superintendencia de compañías es de apenas un 7%, y un 20% en el RISE. Todos estos problemas se dan en su mayoría por la falta de investigación de mercado, visión administrativa, educación financiera, socios estratégicos y la falta de capital, ya que los emprendedores se ven obligados a trabajar con lo que puedan costear rápidamente, y dejan de lado puntos que también son importantes y los consideran como secundarios. (Virginia et al., 2016, p. 10)

Una de las formas más tradicionales de financiamiento en el Ecuador es el crédito ya sea mediante bancos privados, públicos, cooperativas de ahorro o prestamistas informales, sin embargo estos resultan en muchos casos difíciles de acceder si no se tiene algún tipo de garantías contundentes, también influyen los altos costos de los intereses más aun en el caso de los prestamistas informales, además del miedo al fracaso y a adquirir obligaciones financieras de mediano a largo plazo, son los factores que frenan a los emprendedores de hacer realidad sus proyectos.

Durante el 2016 el 93% de los emprendedores en Ecuador se financiaron con recursos propios sin embargo los emprendedores que necesitaron completar el monto requerido a su inversión recurrieron en un 45% a créditos del sistema financiero para su negocio, el 33% de los recibió inversiones de familiares, el 3% usó fondos provenientes del gobierno, el uso de inversionistas privados o capital de riesgo fue de un 3.2% y el crowdfunding alcanzó una tasa de utilización del 1.7% (Virginia et al., 2016, p. 10,47)

También tenemos que un bajo porcentaje de empresas se registran bajo una sociedad con fines de lucro con apenas un 8,57%. (INEC, 2016, p. 19)

Aquí se denota la falta de promoción y uso de alternativas de financiamiento que de algún modo pueden resultar menos riesgosas, como pueden ser el capital semilla, venture capital, ángeles inversionistas entre otras alternativas (Lancetalent, 2014).

1.4 Justificación

Se considera necesario realizar el estudio para la creación de esta aplicación, debido a que en el Ecuador no se ofrecen estos servicios mediante una aplicación móvil, lo que se encuentra en el mercado ecuatoriano son instituciones tanto públicas como privadas que ayudan a los emprendedores a salir adelante con sus proyectos de las cuales se hablara más adelante y sería importante comprobar la factibilidad de esta aplicación en el país, además de necesaria ya que existen muchas personas con ideas interesantes o innovadoras, personas que poseen grandes capitales resguardados en cuentas bancarias destinados a la generación de intereses, y personas expertas en diferentes industrias con amplios conocimientos. Sería de gran beneficio juntar a este colectivo en una plataforma para lograr negocios sostenibles a lo largo del tiempo. Normalmente el ecuatoriano es muy individualista y cerrado a la hora de emprender algún tipo de negocio, se espera que con la implementación de esta aplicación móvil cambie esa tendencia hacia la economía colaborativa, además, con la globalización del internet es necesario y oportuno desarrollar plataformas dedicadas a los negocios adaptadas al mundo moderno.

Es importante resolver el problema planteado sobre todo para dinamizar la economía del Ecuador ya que al existir más negocios se incrementa la oferta laboral, además de implementar una idea colaborativa en el país para futuros emprendedores.

1.5 Preguntas de investigación

- ¿Qué problemas presentan los emprendedores del Ecuador?
- ¿El entorno que rodea a la propuesta es el adecuado?
- ¿Cuáles son las características que debería tener la plataforma para adaptarla a la propuesta?
- ¿Estaría dispuesto el mercado ecuatoriano a aceptar esta plataforma en el mercado?
- ¿Cuál sería la mejor manera de llegar al consumidor?
- ¿La plataforma virtual tendrá la demanda necesaria y generará los ingresos suficientes para ser sostenible en el tiempo?

1.6 Objetivo General

Determinar la factibilidad técnica y económica para el desarrollo de la plataforma virtual funcional mediante una aplicación móvil para gestión colaborativa del emprendimiento en el Ecuador.

1.7 Objetivos Específicos

- Definir la problemática que incurre a la propuesta del presente trabajo
- Describir el entorno que rodea a la presente propuesta
- Diseñar un plan de servicio eficaz y eficiente que conlleve a la satisfacción del usuario incluyendo el alcance, la capacidad, funciones, procesos y condiciones de uso.
- Realizar un estudio de mercado que permita identificar las características de posibles clientes, demanda proyectada y aceptación del producto.
- Difundir la aplicación y sus beneficios a través de un plan de marketing.
- Desarrollar un análisis financiero mediante indicadores como VAN, TIR, ROA, que permitan medir la rentabilidad y sostenibilidad del producto en el tiempo.

1.8 Alcance de la investigación

La investigación se desarrollará principalmente dentro de la ciudad de Guayaquil, ya que es el principal motor económico del Ecuador con una amplia actividad comercial e industrial, sede principal de los grupos empresariales más grandes del Ecuador. (Gonzales, 2018), también se tomarán en cuenta las principales ciudades del país, como Quito, Cuenca, Machala, Manta y Ambato.

La investigación tendrá una duración de 4 meses y abarcará datos históricos tanto numéricos como descriptivos de los últimos 5 años a excepción de bases teóricas, conceptuales o legales que pudieren mantener información que no ha variado en el transcurso de los años.

La investigación estará dirigida a emprendedores y personas que muestren interés en cooperar e invertir en proyectos de emprendimiento, estos participaran en una investigación de mercado para conocer cómo sería la recepción del producto.

Se plantea limitar la participación legal de la aplicación mediante el estudio de los términos y condiciones de uso, que serán necesarios para el desarrollo del proyecto, contará con figuras legales enfocando el uso de la aplicación como distribución de contactos, mas no como garante o algún tipo de arbitraje en la negociación de las partes, las cuales deben ser estudiadas con profundidad, siempre basadas en el ámbito nacional.

Esta investigación se limitará al estudio de solamente dos roles de usuario que son el emprendedor y el socio capitalista. La propuesta total abarca un total de 5 roles: El emprendedor, el socio, el asesor, el proveedor y el distribuidor.

Capítulo 2

2. Marco conceptual, Marco legal y Diseño Metodológico.

2.1 Base teórica

2.1.1 Teoría de los recursos y capacidades

Araya Guzmán y Chaparro Peláez en su estudio “Una aplicación del Análisis de Recursos y Capacidades en el ámbito de Instituciones de Educación Superior Universitaria” (2005). Establecen la teoría de los recursos y las capacidades como su base teórica, donde se explica por qué las empresas de similares características y dentro del mismo mercado, tienen resultados diferentes y hace énfasis en la relación de los recursos y capacidades de cada organización. (Ventura, 1994, 1996; Fernández, Montes y Vázquez, 1997; Navas y Guerras, 1998; Ordóñez de Pablos, 2003).

Araya y Chaparro establecen que el análisis de los recursos y capacidades tienen como finalidad, “identificar el potencial de la empresa para establecer ventajas competitivas mediante la identificación y valoración de los recursos y habilidades que posee o a los que puede acceder” basado en Navas y Guerras (1998).

Araya y Chaparro hacen énfasis de establecer como acción primordial que:

Las empresas se conozcan a sí mismas, estableciendo detalladamente todos los recursos y capacidades que poseen (Grant, 1996), centrando su atención en la identificación, desarrollo, protección, y despliegue de aquellos recursos y capacidades que le permitan alcanzar ventajas competitivas sostenibles, lo que hará posible la obtención de rentas superiores en el largo plazo (Ventura, 1996). (Guzmán & Peláez, 2005)

Relacionándolo con el presente trabajo, en un emprendimiento al igual que en cualquier proyecto es necesario identificar el objetivo principal, saber cómo se lo va a realizar y sobre todo identificar los recursos que vamos a disponer, y repartirlos de la mejor forma posible con el fin de aprovechar al máximo sus utilidades, que sirva para encaminarlo al objetivo. Con la plataforma se espera que los emprendedores encuentren inversionistas que puedan proveerles capital para adquirir los recursos planteados en la teoría mencionada y estos a su vez puedan alinearlos con sus capacidades.

2.1.2 Teoría del conectivismo

George Siemens publicó una teoría llamada “Una teoría de aprendizaje para la era digital” marcando como antecedente que teorías como el conductismo, el cognitivismo y el constructivismo “fueron grandes teorías de aprendizaje utilizadas en la creación de ambientes instruccionales sin embargo estas teorías fueron desarrolladas en una época en la que el aprendizaje no había sido impactado por la tecnología”(Siemens, 2004, p. 1), Haciendo énfasis a que en la actualidad pueden resultar insuficientes.

Siemens señala que:

El punto de partida del conectivismo es el individuo. El conocimiento personal se compone de una red, la cual alimenta a organizaciones e instituciones, las que a su vez retroalimentan a la red, proveyendo nuevo aprendizaje para los individuos. Este ciclo de desarrollo del conocimiento “Personal hacia la red y de la red a la institución” les permite a los aprendices estar actualizados en su área mediante las conexiones que han formado. (Siemens, 2004, p. 7)

Siemens compara al individuo con un hub que se define como un concentrador o un punto central en el que se concentran rutas o tráfico para ser redistribuidas o redirigidas en una red. Siemens lo ejemplifica con las redes sociales donde:

Los hubs son personas bien conectadas, capaces de promover y mantener el flujo de información. Su interdependencia redundante en un flujo informativo efectivo, permitiendo la comprensión personal del estado de actividades desde el punto de vista organizacional. través de la extensión de una red personal es el epítome del conectivismo. (Siemens, 2004, p. 7)

Siemens también hace mención a John Seely Brown quien hace mención a una noción interesante donde “El Internet equilibra los pequeños esfuerzos de muchos con los grandes esfuerzos de pocos. La premisa central es que las conexiones creadas con nodos inusuales soportan e intensifican las actividades existentes que requieren gran esfuerzo.” (Siemens, 2004, p. 8).

En el caso del presente trabajo, esta teoría se adapta en el escenario donde no siempre las ideas de los emprendedores están completas, no existe el conocimiento pleno de un individuo, se podría decir que los emprendedores hacen grandes esfuerzos para arriesgarse dentro del mercado. Y al igual que se menciona en la teoría a veces es necesario el complemento de los llamados pequeños esfuerzos para complementar los proyectos.

Los distintos usuarios de la plataforma serían contemplados como individuos de conocimiento y la plataforma sería una herramienta necesaria para ampliar la red de conocimiento.

2.1.3 Teoría del triángulo invertido

Esta teoría fue citada por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) en una guía de emprendimiento, la teoría fue presentada por Andy Freire quien menciona como eje principal que todo proceso de emprendimiento necesita 3 componentes para poder llegar al éxito, estos son el emprendedor, la idea de negocio y el capital. Cuando un emprendimiento no tiene éxito, normalmente se debe a la falla de uno de estos tres componentes, o la mala combinación entre ellos: El emprendedor administro mal los recursos, el proyecto no obtuvo el capital suficiente, esto puede llevar a suprimir inversiones que se creyeron innecesarias, o finalmente la idea de negocio no era lo suficientemente buena. (SENA, 2007, p. 4)

La característica principal para el éxito de este modelo parte desde la firmeza del emprendedor de quien depende, casi en su mayoría, que el modelo no se desintegre. Si el emprendedor es exitoso casi siempre lograra el capital o formar una gran idea de negocios. Por lo que se autor deduce que “la base del emprendimiento es el individuo o el equipo de personas que conjuga su energía creativa y su capacidad de gestión.” (SENA, 2007, p. 4)

Freire menciona que “el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos. Se trata de un proceso en el que se integran en forma armónica los tres componentes para alcanzar un resultado exitoso y próspero”.(SENA, 2007, p. 4).

Usando esta teoría podemos relacionarla con el tema objetando que el emprendedor necesariamente tendrá que tener dos elementos adicionales además de su vocación, los cuales serían la idea de negocios y el capital cuales se convierten en necesidades que deben ser cubiertas para los emprendedores. lo que se pretende hacer con la plataforma.

2.2 Base conceptual

2.2.1 Emprendimiento

La Real Academia Española (RAE) define el emprendimiento como la “acción y efecto de emprender”(2017), lo cual también se describe como “acometer y comenzar una

obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”.(RAE, 2017)

2.2.2 Emprendedor

Según la RAE un emprendedor es aquel “que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras.”(2017), desde el punto de vista económico, emprendedor es una persona que combina recursos, trabajo, materiales y otros activos para generar valor.

Por su parte la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo menciona que el ámbito psicológico lo siguiente: “Los emprendedores son personas por lo regular impulsadas por ciertas fuerzas, como la necesidad de obtener o lograr algo, de experimentar, de realizar, o quizá de librarse de la autoridad de otros”, y también hace énfasis en que “Un emprendedor es un agente de cambio en la economía; sirviendo a nuevos mercados o creando nuevas maneras de realizar las cosas hacen que la economía avance”.(Olmos Arrayales, 2010, párr. 5,6,8)

2.2.4 Tipos de compañías

2.2.4.1 La compañía anónima

Según la ley de compañías vigente en el Ecuador define a la compañía anónima como:

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables,

está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.(Super Intendencia de Compañías, 1999, p. 35)

2.2.4.2 Compañías de responsabilidad limitada

Según la ley de compañías vigente en el Ecuador define a las compañías de responsabilidad limitada como:

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una

denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.(Super Intendencia de Compañías, 1999, p. 23)

2.2.5 Socio

Según la RAE un socio es una “Persona asociada con otra u otras para algún fin.”(2017, párr. 1)

2.2.6 Socio capitalista

Según la RAE un socio capitalista es una “Persona que aporta capital a una empresa o compañía, poniéndolo a ganancias o pérdidas.” (2017, párr. 2)

2.2.7 Socio industrial

Según la RAE un socio industrial es una “Persona que no aporta capital a la compañía o empresa, sino servicios o pericia personales, para tener alguna participación en las ganancias.” (2017, párr. 3)

2.2.8 Propiedad industrial

Según la RAE la propiedad industrial es un “Derecho de explotación exclusiva sobre los nombres comerciales, las marcas y las patentes, que la ley reconoce durante cierto plazo.” (2017, párr. 4) Las leyes pueden variar dependiendo del país.

2.2.9 Propiedad intelectual

Según la RAE la propiedad intelectual es un “Derecho de explotación exclusiva sobre las obras literarias o artísticas, que la ley reconoce a su autor durante un cierto plazo.” (2017, párr. 5) De igual manera las leyes también pueden variar dependiendo de cada país.

2.2.10 Términos y condiciones de uso

Sebastian Velazquez asesor jurídico de Apps.co describe como “Un contrato firmado entre el usuario de un software o de un servicio prestado a través de un software y el titular del software o empresario.”(2015). Los términos y condiciones de uso son un documento explicativo donde se detallan las reglas de un sitio web, aplicación móvil o plataforma virtual están incluyen lo que el usuario puede o no puede hacer con las herramientas y servicios ofertados, también se detallan las consecuencias

del incumplimiento de estos términos, un usuario está a obligado a aceptar los términos y condiciones de uso al momento de usar la plataforma.

2.2.11 Políticas de privacidad

Según el bufete de abogados Rocket Lawyer “La política de privacidad de una página web, informa a los clientes y usuarios del procedimiento llevado a cabo por una empresa para recoger los datos personales, permitiendo ver a éstos el uso que se les da, y las opciones que tienen respecto a su recogida.”(Jiménez, s/f, párr. 2)

2.2.12 Contrato de confidencialidad

El Contrato de Confidencialidad según lo describe Global Negotiator una plataforma dedicada a brindar documentación de negocios, menciona lo siguiente:

Es un acuerdo entre dos Partes por el cual se comprometen a que ciertas informaciones que se van a suministrar en el transcurso de una relación comercial permanecerán confidenciales. Este tipo de contrato se utiliza habitualmente cuando una empresa o persona física ha desarrollado un proceso secreto o un nuevo producto que quiere que la otra parte fabrique o lo valore como paso previo a la concesión de una Licencia de Fabricación o de un Contrato de Transferencia de Tecnología.(Global Negotiator, 2014, párr. 1)

2.2.13 Fuentes de financiamiento

2.2.13.1 Crowdfunding.

Unai Quirós en su trabajo de titulación acerca del crowdfunding lo define citando a la Asociación Española de Crowdfunding, que lo conceptualiza como

“la financiación colectiva o Crowdfunding es un sistema de cooperación que permite a cualquier persona creadora de proyectos, reunir una suma de dinero entre muchas personas para apoyar una determinada iniciativa. (2014)” es decir un sistema de captación de fondos a través del internet donde varias personas se interesan en un mismo proyecto y e individualmente aportan una cantidad hasta completar su financiamiento. (Quirós Zufiria, 2016, p. 9)

Existen varios tipos de crowdfunding detallados a continuación:

2.2.13.2 Crowdfunding de donación

En este tipo de financiamiento los usuarios donan su dinero para acciones humanitarias o desastres naturales. (Quirós Zufiria, 2016, p. 34)

2.2.13.3 Crowdfunding de recompensas

En este tipo de financiamiento las personas que se interesen en el proyecto aportan dinero a cambio de recibir una recompensa en forma de producto o servicio por parte del ejecutor de la campaña. (Quirós Zufiria, 2016, p. 34)

2.2.13.4 Equity Crowdfunding:

En este tipo de financiamiento se ofrece acciones o participaciones de la empresa como recompensa, dándole la posibilidad a los participantes en formar parte de la empresa. (Quirós Zufiria, 2016, p. 35)

2.2.13.5 Crowdfunding de préstamo o crowdlending:

El gestor del proyecto ofrece un tipo de interés determinado en unos plazos prefijados muy similar a la financiación bancaria. (Quirós Zufiria, 2016, p. 35)

2.2.13.6 Venture Capital

Un venture capital consiste en que un grupo inversor se interese en un proyecto, pero con la capacidad de intervenir y controlar parte del proyecto. (Heitzman, 2014, párr. 5,6)

2.2.13.7 Ángeles Inversionistas

Similar al venture capital, pero este no interviene en la ejecución del proyecto, dejan todo el desarrollo en potestad del emprendedor, buscan adquirir gran parte de las participaciones de la empresa, así que si el proyecto genera dinero ellos también lo harán. (Heitzman, 2014, párr. 6)

2.2.13.8 Prestamos bancarios

En muchos países actualmente se están impulsando este tipo de préstamos que se caracterizan por tener una baja tasa de interés y que tienen como objetivo promover el emprendimiento, pero muchas veces se presentan muchas trabas para obtenerlo, el empresario por lo general tiene que presentar un plan estricto de cómo va a gastar el dinero del préstamo, muchas veces es necesario la necesidad de una garantía donde el riesgo es mayor en caso de que el negocio no sea fructífero. (Heitzman, 2014, párr. 8)

2.2.13.9 Tarjetas de crédito.

Si el empresario goza de un excelente historial crediticio, puede ampliar el cupo disponible de su tarjeta e incluso existen tarjetas sin un cupo establecido, definitivamente es una opción muy riesgosa, sin embargo, si el proyecto es muy

prometedor, es una gran alternativa rápida de financiamiento.(Heitzman, 2014, párr. 9)

2.2.13.10 Capital semilla

Consiste en el capital inicial utilizado para emprender un negocio, proviene de los fondos personales o familiares, o activos personales de sus ejecutores, sirve cubrir los gastos operativos iniciales y atraer capitalistas de riesgo.(Investopedia, 2016)

2.2.13.11 Mercado bursátil

Es una alternativa de financiamiento para empresas ya establecidas, proporciona capital a cambio de dar a los inversores una parte de la propiedad, Investopedia lo describe como “el mercado de valores es donde tiene lugar la emisión y negociación de acciones o acciones de empresas públicas, bonos y otras clases de valores. Este comercio se realiza a través de intercambios formales o mercados extrabursátiles (OTC).”(Zucchi, 2013)

2.2.14 Plataforma

Según la RAE una plataforma en el ámbito informático es un “Entorno informático determinado, que utiliza sistemas compatibles entre sí.”(RAE, 2017e, párr. 9)

2.2.15 Plataforma virtual

Sebastián Díaz define las define como “un entorno informático en el que nos encontramos con muchas herramientas agrupadas y optimizadas para fines docentes. Su función es permitir la creación y gestión de cursos completos para internet sin que sean necesarios conocimientos profundos de programación”.(Díaz, 2009, p. 2)

El termino plataforma virtual normalmente es utilizado en áreas académicas como lo menciona el concepto anterior, sin embargo, en el presente trabajo se utilizará plataforma virtual como “herramientas agrupadas y optimizadas en un entorno informático” no necesariamente de uso académico. la plataforma virtual propuesta en este trabajo seria funcional mediante una aplicación móvil. Debido a esto en la redacción del presente escrito se podrá alternar las palabras plataforma virtual o aplicación móvil como sinónimos o como referencia al producto propuesto.

2.2.16 Telefonos inteligentes

Según el diccionario en español de Oxford lo define como un “Teléfono celular con pantalla táctil, que permite al usuario conectarse a internet, gestionar

cuentas de correo electrónico e instalar otras aplicaciones y recursos a modo de pequeño computador.”(Oxford Dictionaries, 2017, párr. 1)

2.2.16.1 Funciones esenciales

- Funcion de celular enviar y recibir llamar, recibir llamadas, enviar y recibir mensajes de texto
- Tienen conexión permanente o intermitente a una red de internet.
- Tienen la capacidad de almacenamiento
- Tiene entrada táctil o teclado Qwerty
- Tiene un sistema operativo
- Capacidad de recibir aplicaciones
- Camara fotografica integradas

(Pozo, s/f, p. 7)

2.2.17 Sistemas operativos

Según la RAE (Real Academia de la Lengua) define un sistema operativo como “Programa o conjunto de programas que realizan funciones básicas y permiten el desarrollo de otros programas.”(2017) o aplicaciones en el caso de los sistemas operativos móviles.

2.2.17.1 Android

La pagina oficial de desarrolladores Android lo define como “Un sistema operativo para dispositivos móviles más popular del mundo y se utiliza en miles de millones de dispositivos, desde teléfonos hasta relojes y televisores, entre otros.”(Android Developers, 2018a, párr. 1)

2.2.18 Aplicaciones móviles

Según el portal web Legibra “Una aplicación móvil es una aplicación de software o programa generado por computadora que está desarrollado y diseñado para ejecutarse en teléfonos inteligentes, iPhone, tabletas y otros dispositivos móviles.” (Rop, 2017, párr. 1). Las aplicaciones tienen la capacidad de aumentar las tareas o funciones de los telefonos inteligentes.

2.2.19 Economía colaborativa

Según el portal web Statista define a la economía colaborativa como “Un modelo económico basado en compartir, intercambiar, prestar o alquilar bienes y

servicios entre particulares a cambio de una compensación pactada entre ambos.”(Statista, 2016, párr. 1)

2.2.20 Teletrabajo

El Ministerio del trabajo del Ecuador lo define como:

Una forma de prestación de servicios de carácter no presencial en jornadas ordinarias y especiales de trabajo a través de la cuales el trabajador/a realiza sus actividades fuera de las instalaciones del empleador, siempre que las necesidades y naturaleza del trabajo lo permitan, haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), tanto para su gestión como para su administración y control.(Ministerio del trabajo, 2016, p. 5)

2.2.21 Analisis FODA

Es una herramienta de análisis interno de la empresa que:

Permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).(Matriz FODA, 2018, párr. 1,7)

2.2.22 Análisis PEST

Según José Gómez experto en marketing digital define al análisis PEST como una matriz situacional que sirve para “cualquier proceso de análisis estratégico, para el estudio de aquellos factores generales que afectan al entorno de la empresa”(J. Gómez, 2013, párr. 5). Se compone de los siguientes factores: político, económico, social y tecnológico, aunque se permite la incorporación de otros factores adicionales como el ecológico y el legal. En el caso del presente trabajo se adicionará el ambiente ecológico.

Gómez enfatiza que “Esta matriz Pest esta específicamente diseñada para analizar los cambios sufridos en el entorno que afectarán a una empresa o unidad de negocio.” gracias a este análisis “las empresas podrán diseñar sus estrategias para

adaptarse, defenderse o aprovecharse de las grandes tendencias que afectarán a todo el sector o mercado.” (Gómez, 2013, párr. 6)

2.2.23 Análisis Porter

Las cinco fuerzas Porter es uno de los modelos situacionales más usados en la actualidad, lanzado en 1979 por Michael Porter. Que su función radica en “completo análisis de la empresa por medio de un estudio de la industria en ese momento, con el fin de saber dónde está colocada una empresa con base en otra en ese momento.”(Porter, 1979, párr. 24). Estas fuerzas se componen de: La posibilidad de amenaza ante nuevos competidores, el poder de la negociación de los diferentes proveedores, tener la capacidad para negociar con los compradores asiduos y de las personas que lo van a consumir una sola vez, amenaza de ingresos por productos secundarios y la rivalidad entre los competidores. (Porter, 1979, párr. 26).

El objetivo principal de este análisis es El objetivo es claro, es “calcular la rentabilidad de una empresa con el fin de ver el valor actual de la empresa y la proyección a futuro.” (Porter, 1979, párr. 45).

2.2.24 Marketing Mix

El término Marketing Mix o Mezcla de Mercadeo es un término popularizado por Neil H. Borden del Harvard Business School, se define que el marketing mix puede componerse de las variables que la empresa considere necesario para lograr llegar a su mercado meta. Dependiendo como van respondiendo los clientes y competidores. Y que arrojen los mejores resultados costo-beneficio. El marketing mix de forma clásica es asociado con las 4Ps creadas por Jerome McCarthy en 1960 que consisten en: Producto, precio, promoción y plaza.(D. Gómez, 2013).

Este modelo es muy flexible a la hora de su aplicación, inclusive existen nuevas propuestas que aumentan de 4ps a 5, 8, 10 etc. Y esto dependerá exclusivamente de las necesidades del producto propuesto.

2.3 Marco legal

En el Ecuador las telecomunicaciones donde se incluyen los servicios de internet son regulado bajo la Ley Orgánica de Telecomunicaciones donde se señala en el artículo 24 en su inciso 17 establece lo siguiente:

No limitar, bloquear, interferir, discriminar, entorpecer, priorizar ni restringir el derecho de sus usuarios o abonados a utilizar, enviar, recibir u ofrecer

cualquier contenido, aplicación, desarrollo o servicio legal, a través de Internet o en general de sus redes u otras tecnologías de la información y las comunicaciones, ni podrán limitar el derecho de un usuario o abonado a incorporar o utilizar cualquier clase de instrumentos, dispositivos o aparatos en la red, siempre que sean legales, salvo las excepciones establecidas en la normativa vigente. Se exceptúan aquellos casos en los que el cliente, abonado o usuario solicite de manera previa su decisión expresa de limitación o bloqueo de contenidos, o por disposición de autoridad competente. Los prestadores pueden implementar las acciones técnicas que consideren necesarias para la adecuada administración de la red en el exclusivo ámbito de las actividades que le fueron habilitadas para efectos de garantizar el servicio.(Ley Orgánica de Telecomunicaciones, 2015, p. 11)

Por lo tanto, ningún operador puede evitar ni limitar el uso de las aplicaciones móviles, salvo las excepciones mencionadas.

En el Ecuador se encuentra vigente la ley de comercio electrónico donde señala en su artículo 2 en su inciso de reconocimiento jurídico de los mensajes de datos señala que “Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta Ley y su reglamento.”(Congreso Nacional, 2002, p. 1) Es decir que cualquier mensaje enviado por la plataforma tiene que ser claro y evitar ambigüedades que se presten para malas interpretaciones ya que esto puede ser usado en contra de la empresa. Por otro lado, también en su artículo 4 señala que la propiedad intelectual estará sometida bajo las leyes, reglamentos y acuerdos internacionales es decir que el contenido ofrecido como parte de la plataforma tiene que ser de su autoría, o a su vez señalar al autor intelectual de dicha información. Por otro lado la ley establece en su artículo 5 que debe existir absoluta confidencialidad y reserva de información y datos de los usuarios que formen parte de parte de la plataforma.(Congreso Nacional, 2002).

La Modalidad de contratación del teletrabajo está permitida en el Ecuador, según lo señala el acuerdo ministerial N° MDT-2016-190. Bajo dos ámbitos permanente y parcial el primero señala que todas las labores serán realizadas bajo esta modalidad, por otro lado, el ambiente parcial permite el teletrabajo un máximo de 24 horas semanales. La empresa Impulsec se acogerá a la modalidad permanente. El teletrabajo se rige bajo la misma normativa laboral común del Ecuador. (Ministerio del trabajo, 2016)

El portal web emprendedores.es en entrevista sostenida con el bufete de abogados Ad&Law, expertos en startups, sugirió un listado a tomar en cuenta a la hora de lanzar una aplicación al mercado, en el ámbito de los permisos, licencias y condiciones de uso Ad&Law recomienda que es necesario ser muy claros y explícitos a la hora de solicitar los permisos a los usuarios para el funcionamiento de las aplicaciones tienen que ser bien detallados como acceder a los contactos, solicitar conexión a internet, acceder al almacenamiento del teléfono, geolocalización entre otros, es importante dar a conocer al usuario que información personal están siendo compartida con la aplicación y brindarle la posibilidad de limitar la misma.

Es obligatorio redactar las licencias y condiciones de uso, dado que realmente se trata de un contrato donde el usuario acepta o declina el uso de la aplicación y toda la normativa que implica hacerlo. Además de establecer quien esta atrás de la aplicación y especificar si su financiamiento es mediante publicidad, micro pagos, suscripción o un solo pago.

Todos los recursos que formen parte de las aplicaciones tales como melodías, diseños, imágenes entre otros tienen que disponer de la autorización de sus creadores o dueños de sus derechos, por otro lado las aplicaciones no pueden incentivar la consecución de actividades ilícitas como vulnerar redes inalámbricas, vender medicinas que requieren prescripción de un médico.(Emprendedores.es, 2015)

2.3.1 Tienda de aplicaciones

Es obligatorio acatar todas las exigencias y regulaciones dispuestas por las tiendas de aplicaciones, ya que sin estas la distribución de la aplicación será muy difícil, como se redactan algunas de estas a continuación

2.3.2 Políticas de contenidos

Las aplicaciones no podrán incluir ningún tipo de contenido sexual explícito, violencia explícita, incitación al odio, vulnerar la propiedad intelectual de terceros, suplantar la identidad de personas o empresas o realizar actividades ilegales. Tampoco pueden publicar contenido privado de los usuarios como tarjetas de crédito, números de identificación, tampoco pueden imitar a otras aplicaciones con nombres o iconos similares para tratar de engañar al usuario e inducirlo a descargar una aplicación incorrecta. (Play Store, 2018)

2.3.3 Productos peligrosos

Se prohíbe la inclusión de software malicioso, virus, troyanos, scripts dañinos, spyware para recopilar información de los usuarios, tampoco se permite a las aplicaciones instalar aplicaciones de fuentes desconocidas a la tienda oficial. (Play Store, 2018)

2.3.4 Interferencia con el sistema

Las aplicaciones no pueden realizar cambios en los equipos sin conocimiento del usuario, sin previa notificación al mismo, tampoco pueden inducir a la eliminación de otras aplicaciones de terceros a excepción de las aplicaciones de seguridad, ya que estas pueden tener un conflicto de funcionamiento. (Play Store, 2018)

2.3.5 Publicidad en las notificaciones

Se prohíbe que las aplicaciones usen la funcionalidad de notificaciones al usuario con el fin de mostrar publicidad ajena a las funciones integrales de la aplicación. A excepción de ofertas netamente relacionadas con la aplicación. (Play Store, 2018)

2.3.6 Compras integradas en aplicaciones

Las aplicaciones que ofrezcan compras integradas tendrán que usar el sistema de pagos de tienda oficial, Solo se permite otros métodos de pagos para comprar servicios o bienes físicos (entradas de cine, reservas de hotel, etc.) o para comprar contenidos digitales que se pueden utilizar fuera de la propia aplicación. (Play Store, 2018)

2.3.7 Spam

No se permite que los desarrolladores lancen aplicaciones para hacer spam como enviar al usuario a determinado sitio web o él envié de SMS, correos electrónicos o cualquier tipo de mensaje en nombre del usuario sin confirmación ni sin mostrar el destinatario. (Play Store, 2018)

2.4 Metodología de investigación

La metodología por emplearse dentro del presente trabajo investigativo está dirigida a conseguir un análisis completo del problema de estudio, por lo cual se fundamenta en los términos detallados en los numerales que se presentan a continuación:

2.4.1 Tipo de Investigación

El presente proyecto de investigación se empleará una metodología Analítica descriptiva, la metodología analítica consiste en “la desmembración de un todo,

descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho particular.”(Ruiz, 2006, p. 128) También menciona que “este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.” (Ruiz, 2006, p. 128). En el caso del presente proyecto de investigación la parte analítica se da al momento de resumir información, en el análisis de las tablas y las figuras, al filtrar, sintetizar, ordenar y presentar datos, y al momento de realizar las conclusiones y recomendaciones.

La investigación será de tipo descriptiva que “comprende el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. Trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta.” (Ruiz, 2006, p. 106)

Se trabajó con fuentes primarias como artículos de investigación científica, documentos de repositorios de las distintas universidades a nivel global, informes gubernamentales, también se usó fuentes de carácter secundario como revistas, artículos web y artículos de periódicos. Con el objetivo de filtrar y describir la información que vaya de acorde a la investigación y la más esencial que sirva de ayuda para el investigador y a los lectores del presente trabajo.

2.4.2 Diseño de la Investigación

La Universidad del Sur de California citando a (De Vaus 2001) y (Trochim, William 2006) establece el concepto del diseño de la investigación de la siguiente manera: “El diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado”, tomando en cuenta el concepto mencionado el diseño de la investigación será no experimental con corte transversal, al referirnos a una investigación no experimental tenemos que:

Se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación. En la investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.(INTEP, 2017, párr. 1)

Por otro lado, el enfoque trasversal se refiere a que la investigación experimental recolectara los datos durante un espacio de tiempo determinado por una sola vez, así mismo lo mencionan García Merino y Ruiz Dalpivar en su investigación Análisis y

propuesta de un modelo logístico para la empresa Productos Agropecuarios Santa Cecilia S. A. de C. V. citando a (Ibidem, p.270) donde menciona que los “Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”(García & Ruiz, 2004, p. 5)

También se empleó la investigación de campo como parte del diseño de la investigación, se acudió a recolectar información mediante encuestas de acorde al perfil del producto.

2.4.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas que se utilizaron son investigación documental la cual “está orientada a resolver una situación o problema y obtener conocimientos mediante la recopilación, análisis e interpretación de información obtenida exclusivamente de fuentes documentales.”(UNAM, 2018, p. 1) En el presente proyecto la investigación documental se centró en los datos cualitativos y cuantitativos recuperados de investigaciones previas, los cuales sirvieron para identificar las características de la población que se pretende investigar.

También se empleó la investigación de campo la cual consiste en extraer “datos e información a través del uso de técnicas específicas de recolección, como entrevistas, encuestas o cuestionarios.” (UNAM, 2018, p. 1) , y esto sirve para “recoger de forma exacta los efectos que cada proceso o variable ha surtido sobre el objeto de estudio”. (UNAM, 2018, p. 1).

Como Instrumento de la investigación de campo se utilizará dos cuestionarios tipo encuesta, el primero enfocado a los posibles emprendedores el cual consta de 15 preguntas, de las cuales 1 es abierta y 14 de carácter cerrado. El cuestionario será digital mediante el uso de la plataforma Google Forms. El segundo cuestionario será enfocado a los posibles inversionistas El cual consta de 12 preguntas, 11 de carácter cerrado y una de carácter abierto. De igual forma el cuestionario será digital mediante la plataforma Google Forms.

El proceso de la selección de la muestra y resultados de los mismos serán presentados más adelante en la sección de estudio de mercado.

También se realizó una entrevista con un experto la cual esta detallada en capítulos

2.4.4 Resumen del marco metodológico

Tabla 1

Detalle de la metodología a emplearse en el presente trabajo

Marco Metodologico				
Objetivos Especificos	Metodologia	Enfoque	Fuente	Herramientas
Definir la problemática que incurre a la propuesta del presente trabajo.	Analítica descriptiva	Cuantitativo y Cualitativo	Información primaria y secundaria	Bibliograficas (Descripción del situacional historico y actual)
Describir el entorno que rodea a la presente propuesta	Analítica descriptiva	Cuantitativo y Cualitativo	Información primaria y secundaria	Bibliograficas (Descripción del mercado uso de herramientas PESTA y PORTER)
Diseñar un plan de servicio eficaz y eficiente que conlleve a la satisfacción del usuario incluyendo el alcance, la capacidad, funciones, procesos y condiciones de uso.	Analítica descriptiva	Cuantitativo y Cualitativo	Información primaria y secundaria	Estudio de campo (Encuestas) y Bibliograficas (Conceptos estrategicos basados en estudios historicos) Analisis FODA
Realizar un estudio de mercado que permita identificar las características de posibles clientes, demanda proyectada y aceptación del producto.	Analítica	Cuantitativo y Cualitativo	Información primaria	Estudio de campo (Encuestas y Entrevista)
Difundir la aplicación y sus beneficios a través de un plan de marketing.	Analítica descriptiva	Cuantitativo y Cualitativo	Información primaria y secundaria	Bibliograficas (Descripción del mercado uso de herramienta Marketing Mix)
Desarrollar un análisis financiero mediante indicadores como VAN, TIR, ROA, que permitan medir la rentabilidad y sostenibilidad del producto en el tiempo.	Analítica	Cuantitativo	Información primaria y secundaria	Estudio de campo(Frecuencia de búsquedas en internet, Cotización con desarrollador de aplicaciones) Bibliograficas (Costos del mercado)

Nota: Elaboración propia

Capítulo 3

3. La empresa

3.1 Análisis de la oportunidad

Se propone realizar esta plataforma virtual al evidenciar que el mercado ecuatoriano tiene una alta tendencia hacia el emprendimiento como fue demostrado en el estudio realizado por el GEM en el Ecuador.

El factor clave para desarrollar esta propuesta es la identificación del no uso de plataformas móviles por parte de la competencia directa. En el Ecuador no encontramos una aplicación móvil que ofrezca mayor información en cuestiones de educación financiera, estudio de mercado, requerimientos, procesos y fuentes de

financiamiento de forma resumida y constantemente actualizada, además de ofrecer artículos de interés relacionado con el emprendimiento y poder visualizar o participar en ideas de negocios de los distintos usuarios.

Lo que realmente existe al alcance en el Ecuador son plataformas de inversionistas ángeles y crowdfunding para financiamientos vía internet.

3.2 Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio

La idea de negocios consiste en seguir la línea de tendencia que centra el uso de servicios a través de internet mediante el modelo de la economía colaborativa. Esto quiere decir que los mismos usuarios alimenten la plataforma y así crear una red de colaboración.

La plataforma será dirigida a personas que tengan la intención de emprender, emprendedores establecidos, personas interesadas en invertir su dinero en nuevos proyectos, para entre ambos poder complementar bases firmes para un gran proyecto emprendedor.

3.3 Misión

Conectar a los emprendedores del Ecuador con posibles socios capitalistas, para que conjuntamente desarrollen la idea de negocios planteada.

3.4 Visión

Convertir a Impulsec en una aplicación reconocida a nivel nacional y llegar a publicar al menos 1000 proyectos dentro de los primeros 5 años de funcionamiento.

3.5 Valores de la Empresa

- Respeto, es importante mantener el respeto entre todos los usuarios partícipes de la plataforma.
- Transparencia, es importante generar confianza en nuestros usuarios
- Libertad, principalmente hacia nuestros usuarios dejando a su libre albedrío la constitución de sus ideas.

3.6 Objetivo General

Ser una plataforma de apoyo hacia los emprendedores y ofrecerles distintas alternativas para la consecución de sus proyectos.

3.7 Objetivos Específicos

- Receptar al menos 200 proyectos en el primer año de funcionamiento.

- Tener al menos 400 usuarios registrados durante el primer año de funcionamiento.
- Posicionarse al menos con una calificación de 4 estrellas en las tiendas de aplicaciones.

3.8 Entorno jurídico de la empresa

3.8.1 Generalidades (Tipo de Empresa)

La empresa adoptará como razón social el nombre de Impulsec S.A, siendo su actividad operativa: Actividades de asociaciones que facilitan el contacto con otras personas con intereses similares. Según las actividades económicas habilitadas por el SRI (Servicio de Rentas Internas)(CIIU, 2018, col. 6738)

Todo esto será a través de su plataforma virtual y marca legalmente registrados bajo el mismo nombre de la empresa.

Impulsec S.A se establecerá como una sociedad anónima según lo estipulado en el artículo 143 de la ley de compañías.

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías

civiles anónimos están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (H. Congreso Nacional La Comisión Legislativa y Codificación, 1999, p. 35)

3.8.2 Fundación de la Empresa

A través de lo estipulado en la ley, Impulsec S.A será establecido mediante una escritura pública, que según el mandato de la Superintendencia de Compañías en sus artículos 36, 37 y 38 será inscrito en el Registro Mercantil en la ciudad de Guayaquil. (H. Congreso Nacional La Comisión Legislativa y Codificación, 1999, p. 12, 13)

3.8.3 Capital Social, Acciones y Participaciones

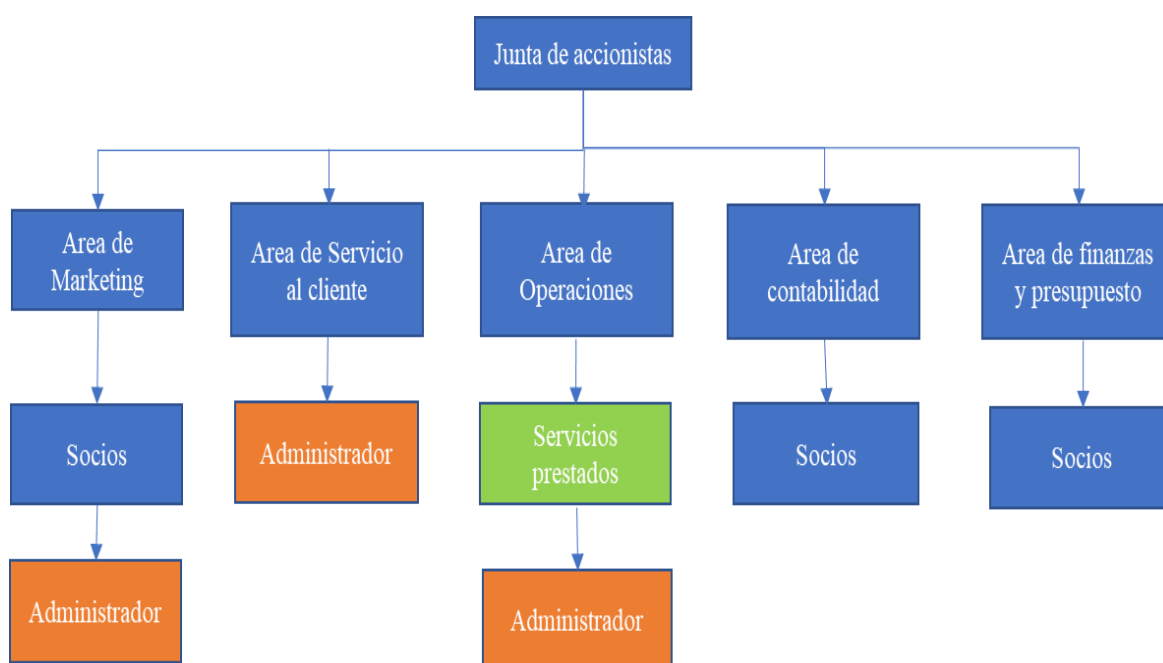
Impulsec S.A. suscribirá un capital de \$800 que es el monto mínimo requerido por la Super Intendencia de Compañías(Super Intendencia de Compañías, 2008, p. 4), dicho capital será dividido en 800 acciones a un valor de \$1 cada una; las

participaciones se dividirán a los dos accionistas iniciales en una proporción del 50% cada uno otorgándoles facilidades de compra y venta.

Cada accionista tiene poder de voto en las decisiones a tomar en las juntas, y a la vez tienen derecho a su respectivo porcentaje de las utilidades generadas por la empresa.

3.8.4 Organigrama de la empresa

La cabeza de la empresa Impulsec S.A. está compuesta por la junta de accionistas, ellos son quienes aportan económicamente desde el inicio de la compañía. Luego la estructura estará dividida en 5 áreas indispensables, las cuales son: el área de marketing, el área de servicio al cliente, el área de operaciones, el área de contabilidad y el área de finanzas y presupuesto.



3.8.4.1 Área de marketing

En la presente área se planificará todo lo referente al mercadeo de la aplicación, se programará las publicaciones de las redes sociales y demás acciones detalladas a mayor profundidad en el plan de marketing del presente trabajo.

La planeación y estrategia de esta área se llevarán a cabo por los socios, mientras que los administradores de la plataforma estarán a cargo del control del cumplimiento de la planeación.

3.8.4.1 Área de servicio al cliente

Esta área se encargará de la retroalimentación con los clientes, responder cualquier duda que ellos tengan a través de los canales habilitados que serán: correo electrónico, redes sociales, mensajería instantánea y telefonía celular. Esta labor estará a cargo de los administradores de la plataforma.

3.8.4.2 Área de operaciones

Esta área corresponde a la realización de los procesos manuales tales como la validación de los usuarios y de los proyectos detallados en el estudio técnico de la aplicación. Esta labor también estará a cargo de los administradores de la aplicación.

3.8.4.3 Área de contabilidad

Esta área tiene como función llevar un control de los gastos de la aplicación, esto estará a cargo de un contador externo, la aplicación consta con herramientas estadísticas automáticas para facilitar estas labores.

3.8.4.4 Area de finanzas y presupuestos

Esta área se encarga de gestionar el capital de la compañía hacia un futuro y proyectar los gastos que involucra la operación del negocio.

3.8.4.5 Resumen de funciones

Tabla 2

Resumen de tareas y responsables

Tareas	Descripción de tareas	Responsable
Tareas de dirección	Estrategias de contenido Estrategias de marketing Estrategias de precios	Socios de la compañía
Tareas Operativas regulares	Realizar validación de datos de los usuarios de la plataforma. Realizar la validación de los proyectos propuestos por los usuarios de la plataforma Responder preguntas en los distintos canales de comunicación de la empresa Controlar el cumplimiento de la publicidad en las redes sociales Reportar problemas de funcionamiento de la aplicación con el programador.	Administrador de la aplicación
Tareas de cierre de mes	Realizar reportes contables Subir facturas al sistemas del SRI Pagar impuestos Pagar la nómina de empleados Pagar servicios contratados	Contador Externo

Nota: Elaboración propia

3.8.5 Política y condiciones de la empresa

3.8.5.1 Política de contratación de empleados

La compañía contará con solamente dos empleados, quienes ocuparan el cargo de administradores de la plataforma u aplicación. Impulsec ha decidido usar la modalidad de contrato del teletrabajo. Con un horario basado en dos turnos el primero de Lunes a Viernes 8H00 a 17H00 como el primer turno y desde las 17H00 a 02H00 para el segundo turno. La compañía le brindara a cada administrador un plan telefónico más datos móviles, un plan de internet fijo, un teléfono inteligente y una laptop. El administrador de la plataforma deberá conectarse a las redes sociales de la aplicación durante el turno establecido para realizar sus tareas respectivas. El sueldo percibido será inicialmente de \$400 dólares americanos.

3.8.5.2 Política de cobros

El único medio de pago autorizado para pagar en la plataforma será mediante tarjeta de débito o crédito de cualquier banco o cooperativa de ahorro del Ecuador. Una vez que el valor es cancelado no existe ningún tipo de reembolso.

3.8.5.3 Términos de uso de la aplicación

Los datos e información publicada en la sección de proyectos; provienen de personas, empresas u organización y ellos tienen la única responsabilidad su contenido. Impulsec y sus representantes no asumen ninguna responsabilidad en lo referente a la exactitud o fiabilidad del contenido. Cualquier persona que haga uso de esta información asume la entera responsabilidad de su uso. los datos y estadísticas publicados por los usuarios o por la plataforma están proyectados para ser referenciales. Y pueden contener inexactitudes. Impulsec no da ninguna garantía sobre la exactitud de la información. Y esta puede ser sujeto de cambio sin previo aviso.

3.8.5.4 Exoneración de Responsabilidad

En cualquier circunstancia Impulsec S.A. sus administradores, empleados o representativos no pueden ser responsables por algún daño directo, indirecto u otro causado por el mal uso de esta aplicación, o cualquier contenido que esté disponible en su plataforma. También no puede ser responsable por daños causados por cualquier función de la aplicación. Impulsec no asume cualquier responsabilidad para lo que ocurra una vez que los emprendedores y los socios se ponen en contacto.

3.8.5.5 Utilización de Información

Cualquier slogan, logotipo, marca de Impulsec S.A. o cualquier otro contenido en esta aplicación no puede ser copiado, imitado o utilizado en su totalidad o en partes sin la autorización por escrito de Impulsec S.A.

3.8.5.6 Póliza de protección de datos

El contenido provisto dentro de esta aplicación es esencialmente para conectar emprendedores con socios capitalistas. La información que pide Impulsec a sus usuarios es necesaria para aumentar la seguridad y credibilidad de los servicios ofrecidos en la aplicación.

Impulsec S.A. no venderá, compartirá, o alquilará sus datos confidenciales a ningún tercero sin su autorización. En el caso de los inversionistas solo bajo su autorización la plataforma venderá su información al usuario emprendedor que usted considere necesario. Cualquier información recibida por la plataforma será tratada con el máximo nivel de seguridad.

3.8.5.7 Seguridad

La seguridad de las transacciones financieras queda bajo responsabilidad de la empresa Paymentez y los certificados de seguridad involucrados en su servicio del botón de pagos.

3.8.6 Propiedad Intelectual

3.8.6.1 Registro de Marca

En primera instancia se realizará la respectiva búsqueda para descartar cualquier diseño o nombre similar, posteriormente se realizará el registro marcario de la empresa Impulsec S.A y de su plataforma a comercializar bajo el mismo nombre en el Instituto Ecuatoriano de

Propiedad Intelectual (IEPI) en el cual comprende la marca, el logo y el slogan que serán de

uso exclusivo de la empresa.

3.8.6.2 Slogan de la compañía

“Tu socio, a tu manera”

Los derechos al lema comercial tienen una duración de 10 años, con la posibilidad de una renovación indefinida. (IEPI, 2018)

3.8.6.3 Logo de la compañía

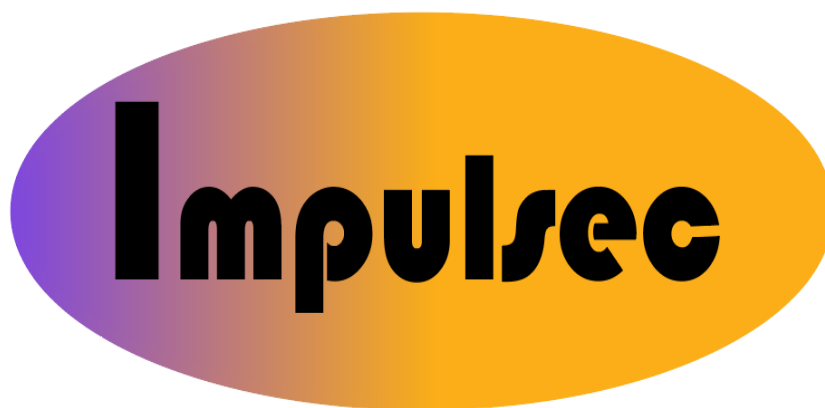


Figura 1 Logo de la compañía. Elaboración propia

Los derechos al nombre comercial tienen una duración de 10 años, con la posibilidad de una renovación indefinida. (IEPI, 2018)

3.8.6.4 Marca de la compañía



Figura 2. Marca de la compañía. Elaboración propia

Los derechos de marca en el Ecuador tienen una duración de 10 años, con la posibilidad de una renovación indefinida. (IEPI, 2018)

Capítulo 4

4. Estudio Técnico

4.1 Objetivo

Este capítulo tiene como objetivo realizar el estudio técnico de la creación de una plataforma virtual funcional mediante una aplicación móvil que tenga como objetivo principal conectar emprendedores con socios inversionistas, con el fin de establecer que el producto cumpla con los requerimientos y procesos necesarios para lograr ser publicado en el mercado de aplicaciones móviles.

Para esto se deberán definir los elementos fundamentales para el funcionamiento de la propuesta en el mercado, características de la aplicación, los permisos de usuario, el proceso para completar las utilidades de la aplicación, tiempo de proceso entre otros.

4.2 Descripción del producto o servicio

La empresa Impulsec S.A. ofertará un servicio principal basado en la gestión para conectar emprendedores con socios capitalistas, este se lo hará mediante una plataforma virtual funcional mediante una aplicación móvil, también contará con otros servicios secundarios, a continuación, se detallan todos sus servicios:

Tabla 3

Descripción de productos y servicios ofrecidos por Impulsec

Productos o Servicios	Descripción
Contactar emprendedores con socios capitalistas	Se lo hará bajo la integración de 2 roles de usuario complementarios entre si, consiste en que el emprendedor tenga la capacidad de publicar un abstracto de su proyecto en la plataforma y el socio capitalista tenga la capacidad de acceder a el para evaluarlo.
Como emprender en Ecuador	Manual que recolecta y resumen información relacionada al emprendimiento en el Ecuador.
Financiamiento en Ecuador	Manual que recolecta y resumen información relacionada a las fuentes de financiamiento en el Ecuador.
Emprendedores ejemplares	Artículos propios o de webs externas relacionado a perfiles de grandes emprendedores.
Actualidad	Artículos de webs externas relacionada con información actual del emprendimiento.

Nota: Elaboración propia

4.3 Elementos fundamentales para la implementación de la aplicación móvil propuesta

Los elementos técnicos necesarios para poner en marcha el proyecto dentro del mercado objetivo son:

4.3.1 Disponibilidad de Internet

Según Arcotel el uso de internet en el Ecuador registra a Marzo del 2018 que un 41.2% tiene acceso a internet desde el hogar (2018), comparado al 2012 donde apenas alcanzaba un 22.5%, (INEC, 2016b, p. 7), el uso del internet móvil también se incrementó paso del 22,2% en el 2012 al 48,7% a Junio del 2017 (Arcotel, 2017) cabe recalcar que el 63,6% de la población tiene acceso a un smartphone a diciembre del 2017 (MINTEL, 2017)

4.3.2 Disponibilidad de smartphones con sistema operativo Android

Según un informe por Device Atlas En el Ecuador cerca de un 74% del mercado de teléfonos inteligentes le pertenece a Android (DeviceAtlas, 2017, p. 18). El elegir este sistema operativo para la aplicación, abre la puerta a un mercado mucho más grande que el de IOS u otros sistemas operativos.

4.3.3 Acceso libre a la tienda virtual de play store en el mercado objetivo

Como lo demuestra la página de desarrolladores de Google, sus usuarios de Ecuador tienen la posibilidad de descargar aplicaciones gratuitas, de pago, además de pagar con su moneda local sin objeto de conversión. (Google Support, 2018)

4.3.4 Acceso a tarjetas de crédito o débito de parte del mercado objetivo

En el Ecuador todas las entidades bancarias e incluso cooperativas de ahorro y crédito ofrecen entre sus servicios al menos una tarjeta de débito para el retiro de sus ahorros. En el Ecuador 38 de cada 100 personas poseen en los bancos: Depósitos de ahorro, depósitos a plazo o pólizas de acumulación, cuentas corrientes y dinero electrónico. (EL Comercio, 2018a).

4.3.5 Disponibilidad de las herramientas para el desarrollo de la aplicación móvil

En el caso del presente proyecto las capacidades y recursos necesarios para desarrollar la aplicación serán provistos por Yemplet una desarrolladora de aplicaciones móviles con sede en México. Quien, según proforma enviada, tiene todos los recursos necesarios para la aplicación propuesta.

Al ser en su totalidad licencias de software con alcance global no existen limitantes relacionados con movilidad o disponibilidad de materia prima. Entre los elementos necesarios para el desarrollo todos se encuentran en manos del proveedor, tenemos:

4.3.5.1 Lenguaje de programación JAVA

En su página web Java se describe como:

Un lenguaje de programación y una plataforma informática comercializada por primera vez en 1995 por Sun Microsystems. Hay muchas aplicaciones y sitios web que no funcionarán a menos que tenga Java instalado y cada día se crean más. Java es rápido, seguro y fiable. Desde portátiles hasta centros de datos, desde consolas para juegos hasta súper computadoras, desde teléfonos móviles hasta Internet, Java está en todas partes. (JAVA, 2018, párr. 1)

4.3.5.2 Android SDK

La página web Ecured describe el SDK como:

Un kit de desarrollo de software o SDK (siglas en inglés de software development kit) es generalmente un conjunto de herramientas de desarrollo que le permite a un programador crear aplicaciones para un sistema concreto,

por ejemplo ciertos paquetes de software, frameworks, plataformas de hardware, computadoras, videoconsolas, sistemas operativos, etc.(EcuRed, s/f)

4.3.5.3 Android Studio

Android Studio es provisto de forma gratuita por Google “Es el entorno de desarrollo integrado (IDE) oficial para el desarrollo de aplicaciones para Android y se basa en IntelliJ IDEA. Además del potente editor de códigos y las herramientas para desarrolladores de IntelliJ.”(Android Developers, 2018b, párr. 1)

4.4 Valoración de elementos requeridos por la aplicación

Consiste en el detalle de los elementos que hacen parte de la aplicación, mientras más elementos o módulos sean necesarios, más compleja será la elaboración de la aplicación. A continuación, se detalla una valoración de elementos correspondiente a la aplicación propuesta.

Tabla 4

Requerimientos técnicos necesarios para el desarrollo de la aplicación

Contenido	Descripción	Valoración
Plataformas	Bajo que sistema operativo va a funcionar la aplicación.	Android
Estado actual	Nivel de información técnica recibida por la empresa.	Medio
Tamaño del proyecto	Alcance y complejidad de la aplicación.	Medio
Registro de usuarios	Requerimiento de usuarios en la aplicación.	Sí
Almacenamiento local	Requerimiento de almacenamiento local.	Sí
Servicios web	Requerimiento de conexión a un host de internet propio.	Sí
Servicios web externos	Requerimiento de conexión a paginas web de terceros.	Sí
Notificaciones push	Requerimiento de notificaciones en tiempo real.	Sí
Estadísticas	Requerimiento de acceso a estadísticas de uso.	Sí
Administrador de contenidos	Requerimiento a Ediciones de contenidos de la aplicación.	Sí
Monetización	Requerimiento de botón de pagos.	Sí
Diseño gráfico	Requerimiento de servicios de diseño grafico.	Sí
Tiempo	Tiempo aproximado de culminación	8 semanas

Nota: Adaptado de Proforma Yamblet,2018.

4.5 Capacidad inicial de usuarios para la aplicación móvil

Consiste en la capacidad programada por parte del desarrollador para su fase de introducción.

Tabla 5

Capacidad inicial de usuarios para la aplicación móvil

Descripción	Cantidad
Capacidad de usuarios conectados al mismo tiempo	200
Capacidad de usuarios guardados	10000
Capacidad de proyectos a publicar	5000

Nota: Elaboración propia

4.6 Requerimientos no funcionales de la aplicación móvil

Los requerimientos no funcionales son aquellos que los usuarios no los pueden maniobrar, sin embargo, están presentes en el diseño, proceso y estructura de la aplicación.

Tabla 6

Requerimientos no funcionales de la aplicación

Requerimientos no funcionales	Descripción
Flexibilidad	En qué medida la aplicación es susceptible a aceptar futuros cambios.
Seguridad	Propiedad del sistema contra el acceso, alteración y destrucción no autorizada de Información.
Mantenibilidad	Es la facilidad con la que el sistema puede ser modificado para corregir fallos, mejorar su rendimiento u otros atributos o adaptarse a cambios en el entorno.
Auditabilidad	La auditabilidad provee facilidad relativa en examinar, verificar el funcionamiento de un sistema.
Usabilidad	Se define la usabilidad como la medida en la cual un producto puede ser usado por usuarios específicos para conseguir objetivos con efectividad, eficiencia y satisfacción en la experiencia de uso.

Nota: Elaboración propia

4.7 Usuarios

Los usuarios son aquellos que se registraran en la plataforma para acceder a sus servicios, la aplicación contara con dos roles de usuario:

4.7.1 El emprendedor

También conocido como el usuario A, Es considerado el usuario principal de este proyecto, ya que él será el encargado de retribuir económicamente a la empresa por el uso de sus servicios. A continuación, se muestran los permisos habilitados para este usuario:

Tabla 7

Requerimientos funcionales para el usuario A

Requerimientos funcionales	Descripción
Registrar usuario	Permite al emprendedor crear su usuario en la aplicación.
Autenticar el ingreso	Permite al emprendedor iniciar sesión en la aplicación.
Crear contenido en la sección de proyectos	Permite al emprendedor publicar su idea de negocio en la aplicación.
Modificar contenido	Permite al emprendedor modificar su idea de negocio publicada anteriormente.
Visualizar contenido creado por usuarios tipo A	Permite al emprendedor visualizar el contenido publicado por otros emprendedores.
Interactuar con usuarios tipo B	Permite al emprendedor acceder a un chat personal con el posible socio.
Autenticar pagos	Permite al emprendedor realizar pagos para la compra de información de contactos de posibles socios.
Visualizar contenido publicitario	Permite al emprendedor visualizar el contenido publicitario presente en la plataforma.
Visualizar contenido de valor agregado	Permite al emprendedor visualizar el valor agregado tales como manuales y guías de emprendimiento.

Nota: Elaboración propia

4.7.2 El Socio Capitalista

También conocido como el usuario B, Es considerado el usuario complementario de este proyecto, ya que este será el encargado de atraer al emprendedor. A continuación, se muestran los permisos habilitados para este usuario:

Tabla 8

Requerimientos funcionales para el usuario B

Requerimientos funcionales	Descripción
Registrar usuario	Permite al socio crear su usuario en la aplicación.
Autenticar el ingreso	Permite al socio iniciar sesión en la aplicación.
Visualizar contenido creado por usuarios tipo A	Permite al socio acceder a los proyectos publicados por parte de los emprendedores en la aplicación.
Interactuar con usuarios tipo A	Permite al socio acceder a un chat personal con el emprendedor.
Visualizar contenido publicitario	Permite al socio visualizar el contenido publicitario presente en la plataforma.
Visualizar contenido de valor agregado	Permite al socio visualizar el valor agregado tales como manuales y guías de emprendimiento.

Nota: Elaboración propia

4.8 Administrador

Es el encargado de controlar a los usuarios, además de gestionar el contenido de la aplicación móvil.

Tabla 9

Requerimientos funcionales para el administrador

Requerimientos funcionales	Descripción
Registrar usuarios tipo A y B	Permite al administrador crear nuevos usuarios de cualquier tipo en la aplicación.
Validar registro de usuarios Tipo A y B	Permite al administrador validar los nuevos usuarios creados.
Resetear/Eliminar usuarios Tipo A y B	Permite al administrador reiniciar un usuario o eliminarlo.
Validar/Visualizar/Modificar/Eliminar contenido creado por usuarios tipo A	Permite al administrador tener un control total sobre el contenido que se publica en la aplicación.
Interactuar con usuarios tipo A y B	Permite al administrador acceder a un chat con cualquier tipo de usuario.
Visualizar/Crear/Modificar/Eliminar contenido publicitario	Permite al administrador tener un control total sobre el contenido publicitario de la aplicación.
Visualizar/Crear/Modificar/Eliminar contenido de valor agregado	Permite al administrador tener un control total sobre el contenido adicional de la aplicación.

Nota: Elaboración propia

4.9 Proceso de desarrollo de aplicaciones de software

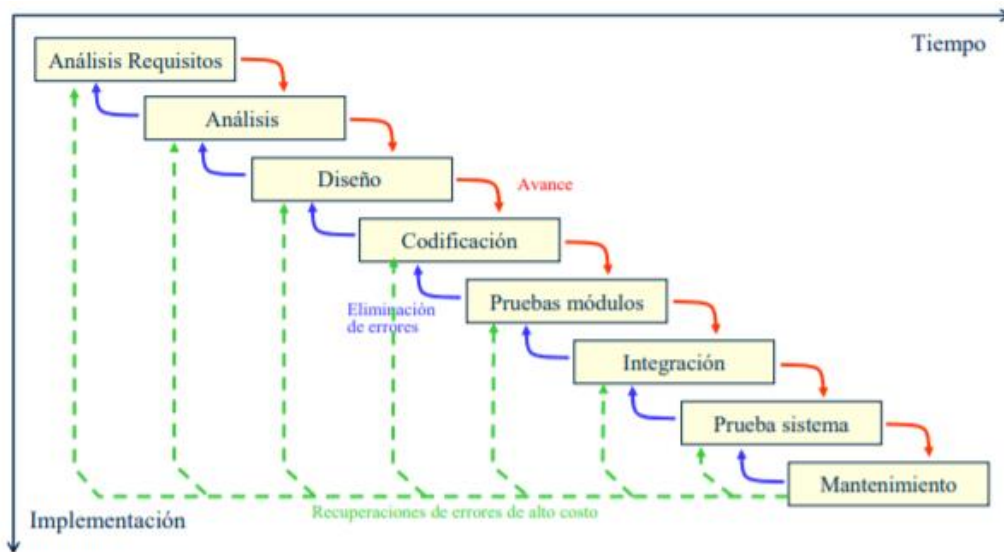


Figura 3 Drake (2008). Ilustración del proceso de desarrollo de aplicaciones de software [Figura]. Recuperado de https://www.ctr.unican.es/asignaturas/MC_OO/Doc/OO_08_I2_Proceso.pdf

4.10 Publicación de la aplicación en la tienda Google Play

Una vez que la empresa desarrolladora de aplicaciones hace entrega de la aplicación móvil funcional. Se procede a publicarla en la tienda de aplicaciones de la siguiente forma:

4.10.1 Registrar una cuenta de desarrollador

El costo de este tipo de cuenta es de un pago único de \$25 dólares, esta cuenta permite subir indefinidamente aplicaciones a la tienda virtual, siempre y cuando cumplan con los reglamentos de la Play Store.

4.10.2 Crear la ficha de la aplicación

Una vez creada la cuenta, se accede al menú correspondiente y se configura la ficha de la aplicación a publicar:

4.10.2.1 Detalles del producto

Título

Impulsec

Descripción breve

Impulsec te ayuda a desarrollar el proyecto de tus sueños.

Descripción completa

Aplicación orientada a negocios dentro del mercado ecuatoriano, permite publicar proyectos emprendedores con el fin de obtener socios capitalistas. Impulsec ofrece como valor agregado el acceso a manuales de emprendimiento y financiamiento orientados al Ecuador. Puedes ser parte de Impulsec de manera gratuita.

4.10.2.2 Recursos gráficos

Aquí se procede a subir capturas de pantallas, videos, logos etc. alusivos a la aplicación Impulsec

4.10.2.3 Idiomas y traducciones

Español (América Latina: es-419)

4.10.2.4 Categorización

Negocios

4.10.2.5 Detalles de contacto

Correo Electrónico:

Impulsec@gmail.com

Teléfono móvil:

El número que obtenga la compañía al contratar un plan telefónico.

4.10.2.6 Políticas de privacidad

Aquí se detallarán las políticas de la empresa relacionadas con la privacidad y condiciones de uso mencionadas anteriormente en el capítulo 3 del entorno jurídico de la empresa.

4.10.3 Subir el archivo APK

El archivo APK es el archivo de instalación compilado que incluye la aplicación Impulsec, este es provisto por el desarrollador móvil contratado. El archivo APK tiene que incluir la firma digital del desarrollador. Para que sea aceptado por la tienda de aplicaciones

4.10.4 Calificación de contenido

El contenido de Impulsec tendrá que pasar por un cuestionario para determinar su calificación por edades, se estipula que esta sea de 18 años hacia adelante.

4.10.5 Configura los precios y la distribución de las aplicaciones

4.10.5.1 Precio

La aplicación Impulsec será de acceso gratuito, sin embargo, tendrá opciones de pago, pero no lo hará mediante el servicio de Google, lo hará accediendo a un host web móvil donde se accederá a un botón de pagos.

4.10.5.2 Distribución de la aplicación

La aplicación solo estará disponible para el país de Ecuador.

Una vez completado todos estos detalles, la aplicación luego de un proceso de revisión pasará a un estado de aprobada y estará disponible para el mercado ecuatoriano. Todos estos procesos son propuesto en base al manual de publicación de apps de Google(Play Console, 2018)

4.11 Proceso de servicio para el rol de emprendedor

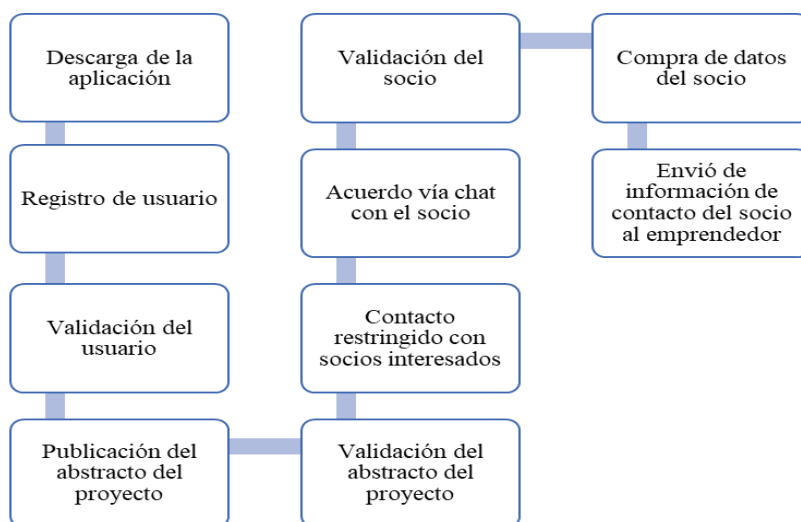


Figura 4. Ilustración de proceso para el rol de emprendedor. Elaboración propia.

4.11.1 Descarga de la aplicación

Las personas que deseen hacer uso de los servicios de la aplicación primero tendrán que descargarla para eso tendrán que acceder a la tienda de aplicaciones Play Store desde su teléfono inteligente y proceder a su descarga e instalación respectiva. Este proceso tomara de 2 a 4 minutos.

4.11.2 Registro de cliente o usuarios

La persona que desee formar parte de la comunidad tendrá que crearse una cuenta de usuario ya sea bajo el rol de emprendedor o socio capitalista dependiendo de cómo quiera participar. El tiempo promedio para llenar esta información oscila entre los 8 a 12 minutos. Para esto tendrá que presentar la siguiente información:

4.11.2.1 Nombres y apellidos

Para poder identificar a la persona que está accediendo a la plataforma.

4.11.2.2 Fecha de nacimiento

Para poder identificar la edad de la persona que está accediendo y así mismo para evitar el acceso a menores de edad a la plataforma.

4.11.2.3 Ciudad/Cantón

Para poder identificar el origen de la persona

4.11.2.4 Cédula

Número de identificación nacional en el Ecuador.

4.11.2.5 Teléfono

Para poder contactar al usuario.

4.11.2.6 Correo electrónico

Para poder recibir la información pertinente a la plataforma.

4.11.2.7 Estudios

Para poder brindar mayor confianza a los usuarios será necesario ingresar la preparación académica de los mismos.

4.11.2.8 Experiencia laboral

Importante para saber la experiencia que se manejan los usuarios.

4.11.2.9 Referencias personales

Importante para validar la información proporcionada por los usuarios

4.11.2.10 Nombre de Usuario

Necesario para mantener el anonimato antes de los usuarios para evitar negocios fuera de la plataforma y para la seguridad de los mismos.

4.11.2.11 Contraseña

Necesaria para poder ingresar a la plataforma.

4.11.2.12 Rol de usuario que desea desempeñar

Aquí podrá seleccionar bajo qué rol quiere participar dentro de la plataforma.

4.11.2.13 Datos de tarjeta de débito o crédito (Emprendedores)

Para el caso de los emprendedores serán los únicos que tengan que pagar por algún servicio. Y este será de forma electrónica mediante tarjeta de crédito o débito.

4.11.3 Validación del usuario

El cliente pasa a un proceso manual de validación donde se lo contacta vía telefónica y se le comunica lo siguiente:

- La reconfirmación de sus datos ingresados
- Beneficios y tarifas de la plataforma
- Intenciones de uso de la plataforma

Luego de cumplido con estos puntos el administrador de la plataforma procede a validar su usuario. La duración promedio de este proceso de validación abarca de 10 a 15 minutos y el tiempo máximo de validación efectivo para un usuario será de 12 horas.

4.11.4 Proceso para Publicación de proyectos (Emprendedores)

Este proceso es necesario para publicar contenido en la plataforma, está habilitado solo para el usuario funcional bajo el rol de emprendedor. Tomará alrededor de 16 a 20 minutos Y se requerirá los siguientes datos:

4.11.4.1 Título del proyecto

Para identificar el proyecto dentro de la plataforma

4.11.4.2 Ciudad

Donde se va a realizar el proyecto propuesto

4.11.4.3 Sector Económico

A qué sector económico va destinado el proyecto

4.11.4.4 Resumen del proyecto

Aquí se ingresarán breves detalles del proyecto para darle una posible idea de lo que se trata a los socios interesados. Es importante no brindar toda la información del proyecto ya que este puede ser sujeto de robo de información.

4.11.4.5 Selección de requerimiento

Aquí se ingresarán los requerimientos del proyecto

4.11.4.6 Monto Requerido

Se procederá a seleccionar un monto requerido de inversión con un tope máximo de \$20,000.

4.11.4.7 Imágenes

La plataforma permitirá una subida de un máximo de 3 imágenes por proyecto.

4.11.4.8 ¿Desea destacar proyecto por un valor adicional?

De carácter opcional en caso de que el emprendedor necesite destacar su proyecto en caso de requerir más atención para el mismo.

A partir de este punto el emprendedor tendrá que esperar algún socio interesado en su propuesta.

4.11.5 Aprobación o validación del proyecto

Una vez que el emprendedor publica su proyecto este tendrá que pasar por un filtro por parte del administrador de la plataforma, el cual puede llamar al emprendedor para confirmar información en caso de ser necesario, o dejarle un mensaje dándole ciertas recomendaciones para corregir su proyecto. Una vez que el proyecto se aprueba para su publicación este aparecerá en la sección productiva correspondiente. y se les notificará mediante mensaje push a los socios registrados que cumplan con los requerimientos del proyecto, O si en caso de haber seleccionado la publicación como proyecto destacado este aparecerá en la pantalla de inicio. Este proceso puede tomar alrededor de 1 a 2 horas. Y el tiempo efectivo que la empresa ofrece realizar este proceso es de 24 horas.

4.11.6 Contacto con socios

Cuando un socio muestra interés sobre un proyecto este se lo notifica al emprendedor, donde el usuario tendrá la oportunidad de acceso a una especie de chat dentro de la plataforma donde será restringido el envío de datos de contacto o direcciones. Su uso se dará específicamente para resolver dudas que tengan las partes. El rol de socio tendrá la posibilidad de una vez resueltas sus dudas, de autorizar a la plataforma la venta de sus datos al emprendedor. El tiempo que demora este proceso es indefinido. Pasado los 15 días el proceso se calificará como inconcluso.

4.11.7 Aprobación de la transacción por la administración de la plataforma

Este proceso consiste en la revisión del administrador de la plataforma de la transacción y su posterior contacto con el socio involucrado para validar su cumplimiento con los requisitos del proyecto. Este proceso tomara de forma efectiva hasta 48 horas.

4.11.8 Proceso de compra

Una vez que el emprendedor ha sido contactado por el posible socio y estos hayan resuelto sus inquietudes en la sección de preguntas y respuestas, tengan un previo acuerdo y el socio finalmente haya autorizado la venta de sus datos hacia el emprendedor.

El emprendedor será notificado y este procederá a un módulo de pago donde procederá a validar el pago ingresando la contraseña de usuario nuevamente. Este proceso tomara alrededor de 2 a 4 minutos.

4.12 Proceso de servicio para el rol de socios capitalistas

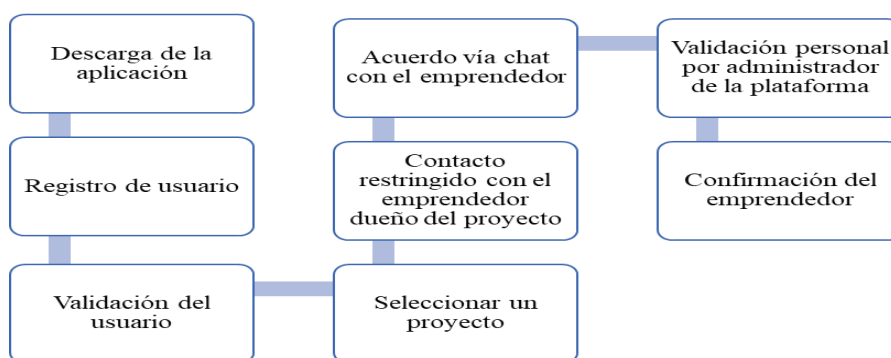


Figura 5. Ilustración de procesos para el socio capitalista. Elaboración propia.

La mayoría del proceso es similar a excepción de algunos pasos y características empezando porque el socio no tiene que pagar por contactarse o reunirse con el emprendedor.

A continuación, se detallan los pasos a seguir para este rol de usuario:

4.12.1 Descargar la aplicación

El mismo proceso detallado para el emprendedor

4.12.2 Registrarse en la plataforma

El mismo proceso seguido por el emprendedor a excepción del registro de la tarjeta de débito o crédito ya que el socio no recibe ningún cargo.

4.12.3 Seleccionar un proyecto

Este tiene que estar de acorde a las capacidades o al capital que el socio pueda solventar, aquí se visualizan detalles del proyecto seleccionado tales como ciudad, sector de inversión, requerimiento, monto, descripción, ciudad, esta sección está disponible para ambos roles con la diferencia que bajo el rol de emprendedor solo se podrá acceder de manera de consulta, y para el socio

existirá la posibilidad de guardar el proyecto en favoritos, o realizar preguntas al emprendedor. El tiempo de esta tarea es indefinido ya que dependerá de los intereses del socio y la cantidad de proyectos disponibles.

4.12.4 Contacto con el emprendedor

Se trata del mismo modulo que maneja el rol de socio, con la diferencia que el usuario podrá aceptar la venta de su contacto a la plataforma. El tiempo que se dispondrá para esta tarea será indefinido. Sin embargo, a los 15 días se asumirá que el proceso termino inconcluso.

4.12.5 Revisión por parte de la administración de la plataforma

Antes de proceder con la venta de sus datos el administrador procederá a una entrevista telefónica e incluso pedir documentación vía correo electrónico para comprobar que tenga los requisitos que pide el emprendedor. Este proceso se puede dar por efectivo en 48 horas.

4.12.6 Confirmación de compra por parte del emprendedor

Una vez validado el socio por parte de la plataforma solo se espera la confirmación de compra por parte del emprendedor para proceder con él envío de datos a su correo electrónico. Dependerá del tiempo que el emprendedor le tome realizar el pago.

4.13 Proceso para acceder al valor agregado

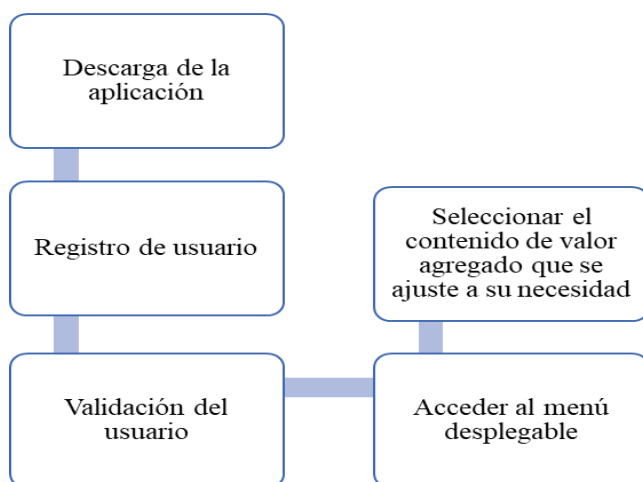


Figura 6. Ilustración de procesos para el acceder al contenido de valor agregado. Elaboración propia.

4.13.1 Tener un usuario valido bajo el rol de socio o emprendedor

Solo podrán acceder a este contenido quienes estén registrados en la plataforma.

4.13.2 Acceder al menú despegable donde se muestran los distintos servicios informativos de la plataforma

El menú desplegable contiene todos los servicios y herramientas que ofrece la aplicación.

4.13.3 Acceder al contenido que se ajuste a sus necesidades

Los servicios adicionales disponibles son:

Como emprender en el Ecuador, financiamiento en el Ecuador, emprendedores ejemplares y actualidad. Acceder a este contenido no tomara más de 2 minutos.

Las capturas de pantalla de los procesos detallados anteriormente, se podrán encontrar en el apéndice #1 del presente trabajo.

4.14 Capacidad proyecta de los empleados

Tabla 10

Capacidad proyectada para cada administrador de la plataforma.

Actividad	Tiempo esperado de cumplimiento
Realizar validación de datos de los usuarios de la plataforma.	1 horas
Realizar la validación de los proyectos propuestos por los usuarios de la plataforma	2 horas
Realizar validación de las transacciones	2 horas
Responder preguntas en los distintos canales de comunicación de la empresa	2 horas
Controlar el cumplimiento de la publicidad en las redes sociales	20 minutos
Reportar problemas de funcionamiento de la aplicación con el programador.	3 minutos
Tiempo estimado de trabajo	7H 23 Min
Proyectos y validaciones proyectados al día por empleado	1

Nota: Elaboración propia.

Capítulo 5

5. Estudio de mercado

5.1 Atractividad de la Industria

5.1.1 Facilidad de negocios en el Ecuador

Un estudio realizado por Doing Business patrocinado por el Banco Mundial durante el año 2018 ha establecido al Ecuador en el puesto 118 de 190 países entre los países con más facilidad para hacer negocios, demostrando que se encuentra muy distante de una necesaria optimización de procesos. (Doing Business, 2018, p. 4)

Por su parte el estudio también detalla los procesos necesarios para formalizar los negocios nacientes y su tiempo promedio para su consecución.

Tabla 11

Actividades para formalizar un negocio en el Ecuador

Actividades para formalizar un negocio en el Ecuador	Promedio de tiempo
Reservación del nombre de la compañía en la Super Intendencia de Compañías del Ecuador.	Menos de un día (proceso online)
Contratar un abogado para elaborar los documentos de incorporación.	1 día
Notarizar la carta de incorporación y estatutos.	2 días
Registrarlo en la Super Intendencia de Compañías.	1 día
Registrar la carta y resoluciones de la compañía, así como el nombre de la misma, y el representante legal en la oficina del registro mercantil.	5 días
Aplicar para la obtención de un número de Registro Único del Contribuyente (I)	4 días
Imprimir formato de facturas en una imprenta autorizada por el Servicio de Rentas Internas (SRI).	1 día
Registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y obtener un usuario y una clave para ingresar al sistema en línea.	2 días
Registrar todos los contratos de los empleados en el ministerio laboral.	2 días
Obtener los permisos municipales correspondientes al negocio seleccionado.	29 días
Registrarse en el Registro de Actividades Económicas Tributarias (RAET) y pagar la patente municipal.	1 día

Nota: Tomado de Doing Business Ecuador, 2018, p. 8,9,10

5.1.2 Emprendimiento a nivel mundial

El índice global de emprendimiento es un estudio que se realiza cada año por el Instituto de Emprendimiento y Desarrollo Global (GEDI) “a grosso modo busca medir la calidad del espíritu emprendedor de un país tanto como su nivel de apoyo a iniciativas empresariales, partiendo de la definición adoptada por el GEDI la mentalidad emprendedora está sujeta al estado de desarrollo que se encuentra un país”. (Instituto de emprendimiento y desarrollo global, 2018, párr. 2)

Para este estudio se tomaron los 3 componentes y sus pilares detallados en la siguiente figura:



Figura 7. SENA (2018). Ilustración de los componentes que definen los aspectos del sistema emprendedor [Figura]. Recuperado de <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2017/12/%C3%8Dndice-Global-de-Emprendimiento-2018-.pdf>

Obteniendo como resultado a los 10 países donde los emprendedores tuvieron el mejor rendimiento durante el del 2017 según el GEDI (Índice Global de Emprendimiento) detallados a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 12

Los 10 países más emprendedores del 2017

País	2017	
	Rank (1/137)	Puntuación (0/100)
Estados Unidos	1	83.4
Suiza	2	78
Canadá	3	75.6
Reino Unido	4	75.5
Australia	5	74.1
Dinamarca	6	73.5
Islandia	7	72.5
Irlanda	8	71.3
Suecia	9	71
Francia	10	67.8

Nota: Tomado del Índice Global del Emprendimiento, 2018 p. 3

El Ecuador alcanzo apenas un puesto 94 lo que significa que falta mucho por trabajar dentro del país para que el emprendimiento tenga mayores oportunidades de éxito.

5.1.3 Aplicaciones móviles y el crecimiento empresarial

Las aplicaciones móviles abren una nueva puerta al mundo para la expansión y potenciación de los negocios “La gran mayoría de tareas del día a día se realizan mediante un smartphone: comprar boletos de avión, pagar en un restaurante, grabar momentos y compartirlos, incluso adquirir productos desde la palma de la mano”.(Melgoza Rangel, 2017, párr. 3)

Las aplicaciones móviles hoy en día sirven para el fortalecimiento de marca, abrir canales de comunicación o servicio al cliente y canales de venta, la “empresa se destacará de la competencia al tener una aplicación móvil mediante la cual los usuarios “interactúan de forma directa de una manera que no puedes conseguir mediante otros canales.” (Melgoza Rangel, 2017, párr. 3)

5.1.4 Panorama para la industria de las aplicaciones móviles

Durante el año 2017 a nivel global se descargaron 197 mil millones de aplicaciones, también se registraron un gasto global por parte de los usuarios de 81 mil millones de dólares y se estima que para el 2020 el mercado de aplicaciones móviles tenga un valor de 189 mil millones de dólares.(Merca2.0, 2018, párr. 8)

Al mes de Mayo del 2018 se reportaron 3,755,755 aplicaciones disponibles en la tienda virtual de Play store administrada por Google (Brain, 2018) y 2,100,000 aproximadamente en la tienda de Apple store (Costelo, 2018), dos de los grandes líderes en el mercado de venta de aplicaciones móviles.

5.1.5 Participación de mercado de los sistemas operativos móviles en Ecuador

Según un informe por Device Atlas En el Ecuador cerca de un 74% del mercado de teléfonos inteligentes le pertenece a Android, un 22% a IOS y el 4% restante a otros. (DeviceAtlas, 2017, p. 18)

5.1.6 Aplicaciones móviles más descargadas en Ecuador

Para el sistema operativo de Android tenemos que en el mercado Ecuatoriano, al igual que en el resto del mundo WhatsApp Messenger ocupa el primer en el ranking de descargas, seguido por aplicaciones como Facebook, Instagram y juegos, destacan las aplicaciones denominadas lite que son enfocadas a teléfonos con capacidades más limitadas, en el apartado de las aplicaciones enfocadas a negocios y productividad tenemos a Mi Claro Ecuador, que brinda servicio al cliente para sus usuarios, también

contamos con Uber Driver parte de una plataforma colaborativa que permite a sus socios conductores realizar sus actividades, también destacan aplicaciones ofimáticas y de administración de archivos y finalmente en las aplicaciones enfocadas a las finanzas observamos como las distintas bancas del Ecuador se han posicionado con sus servicios por internet.

Tabla 13

Ranking de las aplicaciones más descargas en Ecuador en la tienda de aplicaciones Play Store a Junio del 2018

Ranking	Categoría	General		
		Aplicación	Enfocadas a Negocios y Productividad	Enfocadas a las Finanzas
1	Comunicación	WhatsApp Messenger	Mi Claro Ecuador	Pichincha Banca Móvil
2	Comunicación	Messenger	Uber Driver	Libertex
3	Juegos	Love Balls	Zoom Cloud meetings	Diners Club Ecuador
4	Redes Sociales	Facebook Lite	CompuTrabajo	IQ Option Broker
5	Redes Sociales	Instagram	OlympTrade	Movilmático
6	Comunicación	Messenger Lite	LinkedIn SlideShare	Be Produbanco
7	Redes Sociales	Facebook	OfficeSuite	SRI Móvil
8	Juegos	Garena Free Fire	Document Manager	Banca Virtual Móvil
9	Juegos	Palabras Cruz	Facebook Pages Manager	JEP Móvil
10	Edición fotografica	Like	Call Recorder	Banco Bolivariano

Nota: Tomado de Mobile App Ranking, 2018

5.1.7 Crecimiento económico de las plataformas de economía colaborativa

Al cierre del 2015 el sector de transporte registro las mayores ganancias con 1650 millones de Euros, seguido por el sector del alojamiento con 1150 millones de euros, servicios a domicilio con 450 millones de euros, finanzas colaborativas con 250 millones y servicios profesionales con 100 millones(Beltrán, 2017, p. 11)



Figura 8. Statista (2017) Ilustración de las Ganancias generadas por la economía colaborativa a nivel mundial durante el año 2015. [Figura]. Recuperado de https://static.hosteltur.com/web/uploads/2018/03/Informe_Economya_Colaborativa_Ostelea.pdf

5.1.8 Economía colaborativa en Ecuador

En el Ecuador de momento la economía colaborativa solo destaca por el uso de plataformas internacionales como en el sector de alojamiento, con plataformas como Airbnb quienes ya contaban con cerca de 300 anfitriones hasta Mayo del 2016 y en el sector del transporte mediante Uber. (Revista Líderes, 2016, párr. 2,4,5)

En Ecuador se fundó una plataforma colaborativa llamada Torno, “Un colectivo de profesionales vinculados con la arquitectura, el diseño, la producción audiovisual, el marketing digital y otras áreas.”(Revista Líderes, 2016, párr. 11)

5.2 Análisis de la Demanda

5.2.1 Segmentación de Mercado

Personas de 22 a 60 años, con un estrato económico C+, B, y A, que tengan la intención de emprender, o crean poder cooperar en los emprendimientos en forma de capital, que usen teléfonos con el sistema operativo Android y que residan en el Ecuador.

5.2.1.1 Criterio de Segmentación

Tabla 14

Criterios de segmentación de mercado

Criterios	Variables
Demográficos	Hombres y Mujeres de 22 a 55 años
Geográficos	Ecuador
Socioeconómicos	Estrato económico A, B y C+
Psico- gráficos	Residentes en el Ecuador, que tengan la intención de emprender o que deseen cooperar en proyectos de emprendimiento con capital y que posean un telefono inteligente con sistema Android.

Nota: Elaboración propia

5.2.1.2 Perfil del emprendedor

- Familiarizados con la tecnología
- Personas que sean arriesgadas y decididas a la hora de los negocios
- Personas que quieran gozar de una independencia laboral
- Personas que tengan la paciencia para poder afrontar un emprendimiento

5.2.1.3 Perfil del inversionista

- Personas interesadas en cooperar con un emprendimiento en el Ecuador.
- Personas con capital excedente de al menos \$3000 hacia adelante
- Personas que preferiblemente tengan experiencia en inversiones
- Personas con conocimiento en el área financiera acerca de: Inversiones, retorno de la inversión y el riesgo.

5.3 Análisis PESTA

5.3.1 Análisis Político en el Ecuador

Ecuador actualmente experimenta un cambio de modelo de gobierno. A partir del mes de Mayo del 2017 donde el Lcdo. Lenin Moreno asumió el mando como Presidente Constitucional de la Republica. El presidente Moreno maneja un perfil diferente con clara inclinación al manejo de una economía de libre mercado. Su ciclo se lo conoce como una transición donde busca el dialogo y la apertura entre todos los grupos políticos del país, sin un proyecto político del todo claro que se construye en el camino. El país se encuentra en una incertidumbre política debido a diversos escándalos y a la poca clarificación de los hechos. A pesar de todo esto el país no se ha visto mayormente afectado en el área empresarial desde el nuevo gobierno.(Romero, 2018)

El Gobierno del Ecuador actualmente se encuentra enfocado en desarrollar políticas para impulsar las pequeñas empresas de la mano del sector privado.

La Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador (AEI) una organización que agrupa a 92 entidades del sector público, privado, académico y de la sociedad civil. Brinda asesoría a los pequeños empresarios mediante su página web, La AEI también lanzó un programa llamado 'Re-Emprende' es un programa que cuenta con los aportes del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Corporación Favorita, General Motors, Grupo Difare, GPF, ARCA Continental y Coca-Cola, entre otros, y se enfoca en asistencia técnica y financiamiento cuenta con un fondo de \$ 10 millones.(AEI, 2018)

Por su parte el Gobierno del Ecuador cuenta con un Banco exclusivo para el crecimiento empresarial llamado BanEcuador que parte de sus objetivos consiste en financiar a emprendedores con “iniciativas productivas, en especial las generadas por jóvenes, profesionales recién graduados y personas en general que no disponen de experiencia en actividades económicas independientes.”(BanEcuador, 2018)

De igual manera el Ministerio de Industrias y Productividad ha creado los Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE) con el fin de apoyar y fortalecer las iniciativas de emprendimiento de los ciudadanos, actualmente cuenta con más de 60 establecimientos repartidas en todas las regiones del país.(Ministerio de Industrias y Productividad, 2018)

5.3.2 Análisis económico en el Ecuador

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) El Ecuador crecerá su economía en un 2% (EL Comercio, 2018b)

Por otro lado tenemos que el 68,1% de su población se encuentra económicamente activa, y que actualmente, tenemos que las tasas de desempleo, subempleo e informalidad según el INEC (Instituto Nacional De Estadística y Censo) estos se ubican en el 4,4%,18,3% y 25,7% respectivamente(2018), sin embargo el ingreso per cápita se situó en USD 5 996.2 Finalmente, El Producto Interno Bruto (PIB) del país al final del 2017 fue de USD 98.58 Mil Millones. (ProEcuador, 2018) A continuación, se presentan los flujos de las diferentes industrias del país al tercer trimestre del 2017.

Tabla 15

Flujo de IED en Ecuador por sectores (Miles USD)

Sectores	2015	2016	2017 III TRIM
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	67,773	41,934.6	97,960
Comercio	172,872	122,232.9	91,015
Construcción	6,834	30,465	23,764
Electricidad, gas y agua	61,758	1,195	2,005
Explotación de minas y canteras	559,834	462,659	67,728
Industria manufacturera	264,101	37,499	117,647
Servicios comunales, sociales y personales	-10,834.40	-9,894	-2,844
Servicios prestados a las empresas	243,772	21,899	55,190
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	-43,628	47,534	47,230
Total General	1,322.48	755,522	499,695

Nota: Adaptado de ProEcuador, 2018

Mientras tanto la balanza comercial no petrolera mantuvo la misma tendencia en el 2017 que la de años anteriores. Donde las importaciones superaron a las exportaciones dando un balance negativo de 3,464 millones USD. (ProEcuador, 2018)

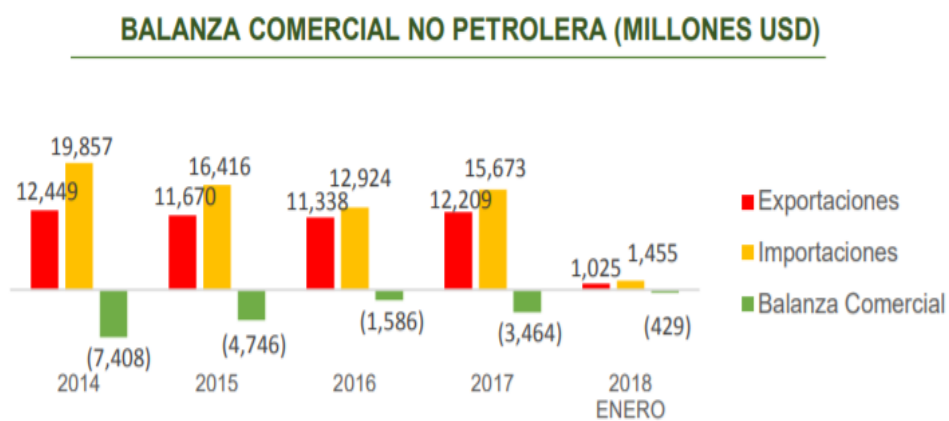


Figura 9. ProEcuador (2018) Ilustración de la Balanza comercial no petrolera del Ecuador. [Figura]. Recuperado de <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-ecuador/>

El país a Abril del 2017 contaba con USD 8,345 millones en depósitos a plazo en sus bancos, este dinero es destinado por las personas a generar ingresos por pago de intereses.

En promedio para iniciar un negocio en Ecuador en el 2016 fue de \$2000 según un estudio del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) durante ese año el 93% de los emprendedores en Ecuador se financiaron con recursos propios sin embargo los emprendedores que necesitaron completar el monto requerido a su inversión recurrieron en un 45% a créditos del sistema financiero para su negocio, el 33% de los recibió inversiones de familiares, el 3% usó fondos provenientes del gobierno, el uso de inversionistas privados o capital de riesgo fue de un 3.2% y el crowdfunding alcanzó una tasa de utilización del 1.7% (Virginia et al., 2016, p. 10,47)

Mientras tanto existen algunos beneficios brindados por el SRI (Servicio de Rentas Internas) detallados a continuación:

Establece que las microempresas nuevas se exoneran del pago del Impuesto a la Renta en los primeros 3 años de actividad, siempre que generen empleo neto y valor agregado, luego de eso la tarifa será del 22%. Anual.

El SRI también incentiva a los compradores que hagan uso de pagos electrónicos con el fin de reducir el uso del dinero físico brindando una disminución de hasta 4 puntos del IVA al consumir con dinero electrónico y 1 punto del IVA al consumir con tarjeta de crédito, débito o prepago.

Los contribuyentes que pertenecen al RISE y pagan a tiempo sus cuotas mensuales o anuales a tiempo con dinero electrónico, obtienen una devolución del 5% del valor de la cuota, más el 5% por comprar y vender con dinero electrónico.(SRI, 2016)

Por otro lado el presidente del Ecuador Lcdo. Lenin Moreno Garcés durante el mes de Mayo del 2018 presentó a la Asamblea Nacional un proyecto de ley orgánica para el fomento productivo, atracción de inversiones, generación de empleo y estabilidad y equilibrio fiscal, el cual fue desarrollado en conjunto con la empresa privada y en diálogo con los distintos sectores productivos del país, que entre otras cosas incluye la disminución progresiva del impuesto a la salida de divisas que actualmente es de un 5%, lo que serviría para impulsar la inversión de capitales extranjeros en el país.

La reforma incluye incentivos para el impulso de las pequeñas empresas mencionando los siguientes beneficios:

Las nuevas empresas que se instalen en las ciudades de Quito o Guayaquil existirá un beneficio de exoneración de impuesto a la Renta (IR) de 5 a 10 años, mientras para las inversiones que se registren en las zonas fronterizas,

deprimidas y en la región Amazónica existirá una exoneración de ese impuesto por 20 años tampoco pagarán Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) por pago de importaciones de bienes de capital y materia prima hasta por el monto y plazo estipulado en el contrato de inversión, y en el caso de los dividendos, exoneración en pagos a dividendo al exterior (para residentes) durante el plazo que dure el contrato.

También se creará un fondo de garantías para fomento productivo para favorecer a la economía popular y solidaria, ya que uno de los principales problemas que afecta a este sector es el acceso a los créditos.

Se espera que la remisión tributaria con un plazo de hasta dos años será para las micro, pequeñas y medianas empresas, y se podrá acceder a facilidades de pago. En tanto, las empresas grandes deberán ponerse al día en sus obligaciones con el SRI en un lapso de 90 días.

Para los remitentes que hagan promoción y publicidad en sectores de turismo y exportación tendrán una deducibilidad del 100% del total del gasto en las actividades mencionadas.

También se proyecta una tarifa de 0% de Impuesto al Valor Agregado (IVA) para los insumos de sector agrícola, acuícola y pesquero, y también una tarifa de 0% en IVA e Impuesto a Consumos Especiales (ICE) para vehículos de transporte público, baterías y cargadores.

En el caso de las Zonas Especiales de Desarrollo Económico (ZEDE), los contribuyentes que mantengan sus inversiones por 10 años estarán exentos del pago del impuesto a la renta y 10 puntos de reducción en la tarifa por 10 años adicionales.(ANDES, 2018)

El proyecto de ley por el momento se encuentra en fase de debate resultando positivo y se espera su aprobación definitiva durante el transcurso del año 2018.(Moreno, 2018)

5.3.3 Análisis social en Ecuador

En 2016 un estudio realizado por el GEM en el Ecuador menciona que aproximadamente el 60% de la población considera emprender como una buena opción de carrera. (Virginia et al., 2016, p. 26)

Un estudio realizado en el Ecuador por Global Entrepreneurship Monitor(GEM) refleja que “En el año 2016, el Índice de Actividad Emprendedora

Temprana (TEA) para Ecuador fue de 31.8% siendo la más alta de la región.”(Virginia et al., 2016, Capítulo Resumen Nacional)

La TEA divide a los participantes en 3 clases, emprendedor naciente quien recién estaba incursionando en el negocio, emprendedor nuevo cuya antigüedad del negocio no superaba los 42 meses, y los negocios establecidos donde su antigüedad superaba los 42 meses.

El estudio refleja que el 22.4% de la población adulta fue emprendedor naciente y el 11% emprendedor nuevo, Por otro lado, el 14.2% poseía un negocio establecido. (Virginia et al., 2016, Capítulo Resumen Nacional)

Al igual que en años anteriores, los negocios ecuatorianos se orientan a los consumidores; especialmente aquellos de la TEA los cuales el 75.7% enfocaron sus actividades en este segmento mientras que el 55.7% de los negocios establecidos siguieron esta misma orientación.

El impacto que generan los negocios ecuatorianos en cuanto a creación de empleo es bajo, tanto así que el 72.8% de los emprendimientos son unipersonales y con bajas expectativas de generación de empleo. Para los próximos 5 años casi un 31% de los negocios nacientes, 48% de los nuevos y 47% de los establecidos no esperan generar ninguna plaza de trabajo. Por otro lado, también se observa un estancamiento en la internacionalización de los negocios, donde el 92% de los emprendimientos de la TEA no tienen clientes internacionales.

Un 20.8% de la población adulta afirmó haber emprendido aprovechando una oportunidad, mientras que un 8.9% lo hizo por necesidad. Entre los emprendedores por oportunidad, el 22.5% lo hizo para mejorar ingresos actuales, el 35.2% para obtener mayor independencia y el 42.3% por ambos motivos.

Los emprendedores en la TEA tienen una edad promedio de 36 años, mientras que los propietarios de negocios tienen 42 años. En cuanto a mercado, un 54% de los emprendedores perciben que tienen mucha competencia mientras que el 70.3% de los propietarios de negocios establecidos tienen esta misma percepción. (Virginia et al., 2016, Capítulo Resumen Nacional).

Las aplicaciones móviles han cambiado la forma de vida de los ecuatorianos. Hoy en día se ofrecen plataformas mediante aplicaciones móviles en muchos sectores

económicos desde transportes, hotelería, servicio al cliente, compra, venta, alquiler etc. Sencillas de acceder desde cualquier lugar con internet.

Las aplicaciones móviles se han convertido en el instrumento más innovador para la creación de una vida pública incluyente principalmente a través de las redes sociales y las plataformas de economía colaborativa, siendo estas de gran utilidad para la mejora de la provisión de servicios públicos, privados y el desarrollo de una sociedad participativa.

Lamentablemente en el Ecuador no existe un estudio acerca del comportamiento del consumidor con el teléfono inteligente, sin embargo, existe un estudio realizado por AsoMóvil en Colombia durante el 2017 que es un mercado con similares características sociales al mercado ecuatoriano, describe los hábitos que las personas han adquirido con el uso del teléfono inteligente.

El estudio determinó que el 77,5% revisa su celular al despertar, y el 75,7% antes de ir a dormir, el 54,8% lo hace viendo televisión, el 49,7% lo hace en el trabajo o en clases, también un 42% lo hace camino al trabajo y un 39,5% lo hace durante el almuerzo. Es decir que el teléfono inteligente y la constante interacción con las aplicaciones móviles se ha vuelto parte de la vida cotidiana de la población.

Por otro lado, los millenials (18 a 35 años) usan el teléfono un promedio de 4,97 horas por día, y pasan un tiempo máximo de 25 minutos sin revisar el teléfono, las migrantes digitales (36 a 55 años) lo usan en promedio de 4,30 horas al día y pasan un tiempo máximo sin revisar el teléfono de 31min y finalmente los adultos digitales (56 años hacia adelante) lo usan un promedio de 2,88 horas al día y el tiempo máximo sin revisar el celular es de 25 minutos.

Otras características de la importancia que le da la población a su teléfono mencionan que el 36% de las personas revisan el celular por temas laborales en su tiempo libre, mientras tanto un 37,7% considera su teléfono como medio imprescindible para su productividad laboral.

A la hora de comunicarse el 56,6% prefiere utilizar las aplicaciones móviles relegando a la telefonía y mensajería tradicional con apenas un 43,4%.

El 66,4% de la población considera su teléfono como el principal medio de información sobre otras fuentes como revistas, periódicos, radio o televisión.

Entre los usos más comunes de consumo de los teléfonos tenemos que un 63,7% lo usa para realizar vida social, un 59,9% lo usa para realizar búsquedas de información, un 41,6% para noticias y actualidad, un 23,8% para películas y videos y

un 20,1% lo usa para el teletrabajo. Finalmente como dato destacado tenemos que apenas un 27,8% de la población se siente seguro al ingresar su información personal en su celular.(AsoMóvil, 2017)

5.3.4 Ambiente Tecnológico

Las bases tecnológicas necesarias para el uso del proyecto son el internet y el teléfono inteligente, según Arcotel el uso de internet en el Ecuador registra a Marzo del 2018 que un 41.2% tiene acceso a internet desde el hogar (2018), comparado al 2012 donde apenas alcanzaba un 22.5%, (INEC, 2016, p. 7),el uso del internet móvil también se incrementó paso del 22,2% en el 2012 al 48,7% a Junio del 2017 (Arcotel, 2017) cabe recalcar que el 63,6% de la población tiene acceso a un smartphone a diciembre del 2017 (MINTEL, 2017) por otro lado un informe realizado Device Atlas En el Ecuador señala que cerca de un 74% del mercado de telefonos inteligentes le pertenece a Android, un 22% a IOS y el 4% restante a otros. (DeviceAtlas, 2017, p. 18).

Por otro lado, en el país se encuentran todas las facilidades tecnológicas para el desarrollador ya que al ser herramientas virtuales no existen limitantes de disponibilidad, ya que el software es comprado vía web dependiendo del uso del programador.

5.3.5 Análisis Ambiental

La aplicación al ser enteramente digital no existe el uso de papel en ninguna parte de sus operaciones, el uso de energía será ininterrumpida mientras la aplicación se encuentre en el mercado usando la red local de energía de la ciudad de Guayaquil. El host no estará localizado en el Ecuador por ende no será necesario un espacio físico para los servidores. Cabe destacar que los teléfonos inteligentes que son los medios de interacción del cliente con la plataforma son 90% reciclables. En resumen, el impacto ecológico de la aplicación es casi imperceptible.(Telégrafo, 2017, párr. 4)

5.4 Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Impulsec se encuentra dentro de la fase inicial, debido a que es un producto con características novedosas, el cual no ha sido introducido en el mercado ecuatoriano, tomando como oportunidad un nicho de mercado que requiere una asistencia para sobrellevar sus proyectos, dirigido para emprendedores e inversionistas.

En general este tipo de servicios no han sido promocionados de una forma masiva, dentro de esta fase posiblemente las ventas no sean muy atractivas, por lo que

será necesario un plan de marketing intensivo el cual permita llegar a los usuarios y avanzar a la siguiente etapa del ciclo de vida.

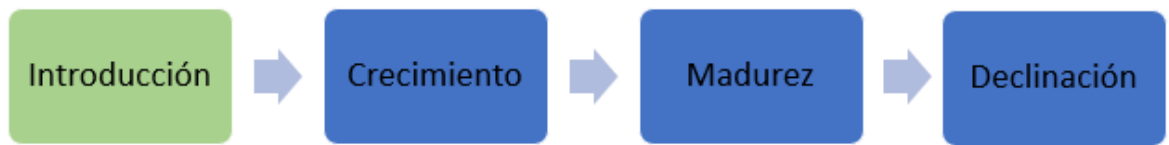


Figura 10. Fase actual del producto. Elaboración propia

5.5 Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter

5.5.1 Poder de negociación de los clientes

El poder de la negociación de los clientes es medio, a pesar de que la plataforma contara con tarifas establecidas, al estar en una fase inicial habrá pocos clientes los cuales será necesario mantenerlos lo que podría involucrar una alteración de los precios. Por otro lado, los mismos clientes al pasar a negociar entre ellos convierten su poder en alto que ambas partes negocian y deciden a su conveniencia todo lo referente al proyecto.

En referencia a los aliados corporativos tales como grupos de inversionistas y patrocinadores publicitarios, que pretende conseguir la plataforma para obtener más fuentes de ingreso y confianza de los usuarios el poder de negociación se considera alto, ya que al ser una empresa nueva se necesitara ser flexible en las negociaciones mencionadas.

5.5.2 Poder de negociación con los proveedores.

En este caso la amenaza es alta ya que cambiar a la empresa desarrolladora de aplicaciones conlleva una pérdida de tiempo y recursos para la empresa ya que se debe transferir toda la información nuevamente, y esto puede generar descontento en los usuarios. Además de existir el riesgo de fuga de información a pesar de estar blindados bajo un contrato de confiabilidad que se le hace firmar al proveedor al inicio de su contrato.

5.5.3 Rivalidad entre las empresas

Al relacionar la idea de negocios con la oferta del mercado tenemos que lo más cercano son las plataformas de ángeles inversionistas ya que estos invierten con la condición de recibir una participación de la empresa y legalmente se convierten en

socios, ofrecen al igual que la presente propuesta la creación de usuarios bajo el rol de emprendedor y otro bajo el rol de inversionista. Algunas presentan valor agregado como el acceso a noticias. Sin embargo, no se identificó alguna que ofrezca acceso a socios de conocimiento ni tampoco que ofrezcan una aplicación para teléfonos inteligentes. Lo que puede significar un valor agregado para la propuesta.

De manera funcional se encontraron en el mercado ecuatoriano 3 plataformas las cuales se detallan a continuación:

5.5.3.1 Angel Investment Network Ltd

Es una plataforma global con sede en Londres, sin embargo, ofrece sus servicios para muchos países entre esos incluidos el Ecuador.

Ofrece sus servicios bajo una plataforma web y no dispone de una aplicación móvil, sin embargo, se puede acceder a su página desde el navegador del teléfono inteligente, su dominio web es www.angelesinversionistas.com

Según lo manifiesta en su página “El sitio Ángeles Inversores está conectado a una red local, nacional e internacional de emprendedores e inversores. Con redes en Norte América, Latino América, Europa y Australia, la Red de Ángeles Inversores hace parte del grupo de ángeles más grande del mundo.” (Angel Investment Network, 2018b, párr. 1)

Esta red cobra por publicar los proyectos y esta se considera su actividad económica, la gran ventaja que ofrecen es que sus precios son asequibles comparadas con otras plataformas de inversionistas donde afirman que “pueden cobrar hasta diez veces más que nosotros. A menudo, otros grupos de ángeles quieren involucrarse en la transacción y cobrarán una comisión muy elevada.” (Angel Investment Network, 2018b, párr. 1). Resaltando el pago único que ofrecen. La plataforma muestra su transparencia dejando a la vista los precios a cualquier visitante de su página web.

A continuación, se detallan los precios que esta ofrece:

Tabla 16

Listado de Precios de la plataforma Angel Investment Network

Tipo	Estándar	Pro	Global Pro	Ejecutivo
	Incluye 30 días	Incluye 90 días	Incluye 90 días	Incluye 120 días
Duración del Listado	Si	Si	Si	Si
Exposición local online	Si	Si	Si	Si
Información de los inversores interesados	No	Si	Si	Si
Detalles de Empresa	No	Si	Si	Si
Exposición por e-mail	No	Si	Si	Si
Más Tráfico, Más Interés	No	Si	Si	Si
Documentos, imágenes y vídeos	No	Si	Si	Si
Garantía de Reembolso	No	Si	Si	Si
Miembros del Equipo	No	Si	Si	Si
Exposición global online	No	No	Si	Si
Exposición global email	No	No	Si	Si
Propuestas Destacadas	No	No	No	Si
Consultoría	No	No	No	Si
Campaña de email especial	No	No	No	Si
Precios	Gratis	\$ 99.00	\$ 149.00	\$ 1,499.00

Nota: Adaptado de Angel Investment Network, 2018

La estrategia de internacionalización es lo que hace de esta empresa un gran competidor y posiblemente el líder en el país. Ya que permite que inversionistas de nivel global puedan interesarse en algún proyecto local. Su página web es muy intuitiva y permite una fácil comprensión al usuario de esta.

También son muy cuidadosos en el aspecto legal detallando claramente que el inversionista tendrá que hacer su propia confirmación de los datos publicados por el emprendedor, dejando claro que “Ciertos datos, información y estadísticas contenidos en este sitio provienen de personas, empresas u organizaciones, y ellos tienen la única responsabilidad de su contenido.”(Angel Investment Network, 2018c, párr. 1) Y que la empresa deja claro que:

Angel Investment Network Ltd. y sus representativas no asumen ninguna responsabilidad por lo que trata de la exactitud o fiabilidad del contenido. Cualquier persona que utiliza estos datos, informaciones o estadísticas asume la entera responsabilidad de este uso. Los datos y estadísticas contenidos en este sitio están proyectados para ser informativos y pueden contener inexactitudes. (Angel Investment Network, 2018c, párr. 1)

Finalmente enfatiza que la consecución del proyecto ya depende exclusivamente del emprendedor y el inversionista.

Política de reembolso

La plataforma ofrece reembolsarte el dinero gastado por la publicación después de 180 días de publicado, al cabo de 90 días la compañía te ayudara con un asesor para mejorar la publicación. Y si al cabo de 90 días a partir de esto se te reembolsara el dinero.

Esto genera mayor confianza al usuario ya que lo anima a publicar en caso de tener temor a que su proyecto no sea del agrado de los inversionistas y así perder su dinero. (Angel Investment Network, 2018a)

Ángeles EC

Es una red de ángeles inversionistas patrocinada por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Esta plataforma maneja 3 roles de usuario, el emprendedor, el ángel inversionista y el asesor. En esta plataforma hay que pagar por una membresía anual aplicable a todos los usuarios de la red. Sin embargo, aquellos inversionistas que logren cerrar un trato con éxito tendrán que pagar una comisión llamada “Fee de Éxito”. (Angeles EC, 2015)

Sus tarifas se mantienen al margen del conocimiento público. Por otro lado, su plataforma funciona en una versión web de escritorio y móvil.

BuenTripHub

Es una red de ángeles inversionistas ubicada en la ciudad de Quito, además otros servicios tales como mentorías y oficinas de coworking, su plataforma funciona en una versión web de escritorio y móvil. De igual manera sus tarifas se mantienen al margen del conocimiento público.(BuenTrip, 2018)

5.5.4 Amenaza de nuevos entrantes

La amenaza de nuevos entrantes es considerando medio ya que siempre está latente la posibilidad de que una vez estando en el mercado, salga en poco tiempo una aplicación competencia de similares características ya que los recursos usados para crear la aplicación no son considerados difíciles de conseguir y la facilidad con lo que se puede publicar en la tienda de aplicaciones de la play store, pero el monto del capital, los costos operativos y las firmas con proveedores durante la fase inicial del proyecto aumentan la dificultad de hacerlo.

5.5.5 Amenazada de productos sustitutos

La amenaza de posibles sustitutos es considerada alta ya que las personas pueden usar otros medios de difusión a través de internet que son considerados masivos tales como redes sociales en especial Facebook o páginas de compra, venta y trueques.

También pueden recurrir a plataformas de financiamiento como crowdfunding obviamente por un costo mucho mayor, o finalmente buscar ayuda en centros de emprendimiento tanto privados como públicos.

Existe la posibilidad de buscar financiamiento bancario, pero el presente trabajo de investigación se enfoca en la conjunción de sociedades. Y por lo general las personas que buscan este tipo de alternativas no están enfocados en una sociedad empresarial.

A continuación, se detallan los posibles servicios sustitutos:

5.5.5.1 Facebook

Es la Red social más utilizada en el Ecuador (Alexa, 2018), es de comunicación masiva, sin restricciones y gratis en todas sus funciones a excepción de la publicidad que se permite contratar por un precio. El cual depende mucho de la segmentación y recurrencia que requiera el usuario, esta tiene un costo de medio de 0.18 centavos por clic en caso de querer destacar un anuncio en las ultimas noticias que accede el usuario. (Núñez Vilma, 2018)

La facilidad con la que se puede crear un perfil y acceder a su página puede ser una brecha de seguridad ya que sus usuarios no se filtran al igual que lo hacen en la plataforma propuesta en el presente proyecto, sin embargo, su gratuidad puede atraer a muchas personas.

5.5.5.2 Paginas de compra, venta y trueques.

El aumento del uso de las páginas de compra, venta y trueques es notorio en el Ecuador tanto que MercadoLibre.com y OLX.com se encuentran el puesto #22 y #20 de las páginas más visitadas en el país a Mayo del 2018, (Alexa, 2018) se hace énfasis en este tipo de páginas ya que están siendo usadas como plataformas para buscar socios e inversionistas para negocios, según búsquedas realizadas en sus publicaciones (OLX, 2018; MecadoLibre, 2018).

Ofrecen gratuidad en publicaciones cortas, y cobran un promedio de \$30 en publicaciones destacadas por 60 días y una comisión por operación concretada.(Mercado Libre Ecuador, 2018) La seguridad es de un nivel mayor que la de las redes sociales, pero menor a la de la plataforma descrita en el presente proyecto ya que su seguridad está enfocada hacia la compra y venta.

5.5.5.3 Plataformas de crowdfunding

En el internet existen plataformas de crowdfunding de origen ecuatoriano que están integradas totalmente al mercado local tales como Hazvaca, Acolítame y Catapultados sus ingresos se basan en comisiones por recaudación van desde el 10% al 15% dependiendo del monto y si el proyecto cumple o no la meta establecida. (StartupBoys, 2017)

Sin embargo, estas plataformas solo ofrecen el modelo de crowdfunding por recompensa, es decir que no podrás obtener algún socio estratégico que forme parte de tu compañía, en este tipo de crowdfunding los aportantes esperan una recompensa ofrecida por tu proyecto en la que normalmente es el producto o el servicio que esperas lograr con tu proyecto. En caso de no cumplirla el usuario se puede enfrentar a acciones legales por parte de los perjudicados si así ellos lo ameritan. Por el momento ninguna plataforma de crowdfunding financiero funciona de forma directa en el país.

A continuación, se detallan los precios de las plataformas funcionales en el Ecuador:

Hazvaca

Proyectos desde \$0 a \$10,000 15% de comisión

Proyectos desde \$10,000 a \$20,000 14% de comisión

Proyectos desde \$20,000 a \$30,000 13% de comisión

Proyectos desde \$30,000 o más 12% de comisión

Si el Proyecto logra cumplir la meta proyectada recibe un 3% de descuento de comisión.(Hazvaca, 2018)

Acolítame

Comisión del 12% de la recaudación independiente del monto(Acolítame, 2018)

Catapultados

Esta plataforma cobra \$100 por publicar el proyecto y un 10% de comisión sobre lo recaudado, adicional si llegas a meta proyectada recibes un 3% adicional de descuento de la comisión(Catapultados, 2018)

5.5.5.4 Centros de apoyo al emprendimiento

Normalmente estos centros ayudan a los emprendedores a desarrollar sus ideas y si están resultan muy buenas, ellos brindan acceso a financiamientos, alianzas estratégicas con grandes empresas, ferias de exposición entre otras cosas.

Centro de emprendimiento e innovación Guayaquil Emprende

Este es un proyecto impulsado por la Municipalidad de Guayaquil inaugurado durante el mes de Noviembre del 2017 que ofrece los siguientes servicios:

- Programa de formación empresarial
- Eventos
- Espacio de coworking
- Mentorías
- Ferias de emprendimiento

Alianza para el emprendimiento e innovación

La Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador (AEI) una organización que agrupa a 92 entidades del sector público, privado, académico y de la sociedad civil. Brinda asesoría a los pequeños empresarios mediante su página web con los servicios detallados a continuación.

- Guías para la formalización del negocio
- Asesorías y Soporte
- Mentorías magistrales
- Bootcamp
- Concursos para obtener distribuidores en grandes cadenas
- Semana del emprendedor
- Emprendedor global
- Club AEI

(AEI, 2018)

5.6 Competidores directos

- Angel Investment Network Ltd.
- Angeles EC
- BuenTripHub

5.6.1.1 Competidores Indirectos

- Plataformas de crowdfunding
- Redes sociales
- Páginas de compra y venta
- Centros de emprendimiento

5.7 Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa.

5.7.1 Estrategia Angel Investment Network

- La plataforma Angel Investment network tiene una estrategia de internacionalización donde expande todos sus servicios a Latinoamérica y permite la intercomunicación entre emprendedores e inversionistas de distintos países lo que amplía las posibilidades al emprendedor de encontrar financiamiento.
- No cobra comisiones a los emprendedores, se basa en un pago único basado en una tarifa fija que el usuario conoce desde que se registra en la plataforma Sin necesidad de recurrir a contactar a un administrador de la plataforma.
- Mantiene una política de devolución en caso de que el proyecto propuesto no haya sido contactado por ningún inversionista.
- No maneja valores económicos a su nombre como política sostienen que el ángel inversionista deposita directamente los valores al emprendedor y estos negocian a su conveniencia.
- Permite la visualización superficial de los proyectos de emprendedores sin registrarse como usuario de la plataforma.
- Mantienen un modelo de plataforma web de escritorio y móvil muy intuitivo para el usuario y de fácil manejo similar a una red social.

5.7.2 Estrategias de Angeles EC

- Esta plataforma Ofrece como valor agregado la posibilidad de acceder a asesores de negocios.
- No publica los proyectos de los emprendedores en la página web, es decir que esta información es compartida con los usuarios mediante otro canal.
- Los ingresos de la plataforma se basan en una membresía anual aplicable a todos los usuarios de la red, además de una comisión a aquellos inversionistas que logren cerrar un trato con éxito.
- Sus tarifas se mantienen al margen del conocimiento público.
- Mantienen un modelo de plataforma mediante la versión web de escritorio y móvil.
- Funciona solo en el Ecuador

5.7.3 Estrategias de Buen Trip Hub

- Complementa su oferta de ángeles inversionistas con servicios tales como mentorías y oficinas de coworking,

- No publica los proyectos de los emprendedores en la página web, es decir que esta información es compartida con los usuarios mediante otro canal.
- Mantiene un modelo de plataforma mediante la versión web de escritorio y móvil.
- Sus tarifas se mantienen al margen del conocimiento público.
- Funciona solo en el Ecuador

5.7.4 Estrategias Impulsec

Impulsec ha tomado de base el modelo de negocio de Angel Investment Network y ha decidido aplicar las mismas estrategias a excepción de:

- La estrategia de internacionalización no será aplicada ya que está delimitada solo para el mercado ecuatoriano.
- La política de reembolso no será aplicada ya que Impulsec no devolverá los valores una vez confirmada las transacciones.
- El modelo de la plataforma no será una versión web, será funcional mediante una aplicación móvil.
- Los proyectos publicados solo serán visibles para los usuarios registrados.
- Referente a las plataformas de Angeles EC y Buen Trip Hub, Impulsec no ofrecerá en su fase inicial servicios de coworking, mentorías, y asesores de negocios.

5.8 Matriz FODA

Matriz FODA	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación disponible en Android que tiene la mayor participación de mercado en el Ecuador • Simplicidad de uso • No existirá el cobro de comisiones • Ser una empresa local 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser una empresa entrante y desconocida • Falta de aliados estratégicos
Oportunidades	F-O	D-O
<ul style="list-style-type: none"> • Un nicho poco explorado en el mercado ecuatoriano • Incremento de la dependencia del teléfono inteligente • No se necesita de una gran infraestructura para este servicio • Costos bajos de distribución • Nuevos proyectos de reforma que impulsan la creación de nuevas empresas en el Ecuador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechando el auge de la tecnología móvil y su dependencia encontramos un excelente canal de distribución para llegar a muchos más clientes. • La simplicidad de uso se plantea gracias a la misma tendencia del mercado de las aplicaciones móviles y a la no necesidad de una gran infraestructura que permitiría derivar más gastos al desarrollo inteligente y eficaz de la aplicación. • El poder adherirse a una estrategia de pago único en vez de un cobro por comisiones se puede dar gracias a los bajos costos de operación, distribución y las reformas que protegen a las nuevas empresas locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • El ser una empresa entrante y desconocida no implica que gracias al alcance del internet y en conjunto con el plan de marketing esta situación pueda cambiar en un corto tiempo. Y de igual manera mientras más posicionamiento se genera atraerá a más aliados estratégicos. • Gracias a los bajos costos de distribución, a los incentivos para las nuevas empresas y a la no necesidad de una gran infraestructura. La empresa se podrá sostener con menos riesgo económico en su fase inicial donde se considera entrante y desconocida.
Amenazas	F-A	D-A
<ul style="list-style-type: none"> • Dependencia de una gran cantidad de usuarios para el funcionamiento y sostenibilidad de la aplicación • La desconfianza del mercado objetivo con la subida de información al internet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Al depender de grandes cantidades de usuario se propone desarrollar la aplicación en Android ya que esta posee mayores usuarios en el Ecuador. Además de un plan de marketing intensivo. • Al ser una empresa local y dejar muy claro los términos y condiciones de uso, además de trabajar con un proveedor certificado para la recolección de los pagos electrónicos. El usuario podrá aumentar esta confianza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar entrar al mercado bajo sistemas operativos móviles con poca participación en el mercado o que tengan tendencia a decrecer. Ya que esto al ser una empresa entrante y desconocida en conjunto con la gran dependencia de usuarios necesaria. Sería casi imposible obtener éxito en el proyecto. • Será necesario hacer énfasis en temas de seguridad de la información y trabajar con proveedores calificados para así evitar la desconfianza del usuario.

5.8.1 Fortalezas

5.8.1.1 Aplicación disponible en Android que tiene la mayor participación de mercado en el Ecuador

Según un informe por Device Atlas En el Ecuador cerca de un 74% del mercado de telefonos inteligentes le pertenece a Android (DeviceAtlas, 2017, p. 18). El elegir este sistema operativo para la aplicación, abre la puerta a un mercado mucho mas grande que el de IOS u otros sistemas operativos.

5.8.1.2 Simplicidad de uso

A diferencia de otras plataformas web que su modelo de proceso es más largo, la aplicación móvil está pensada en ser compacta y de fácil intuición al usuario. Además de un servicio al cliente eficaz. Su diseño tendrá las opciones y herramientas estrictamente necesarias. Sin la inclusión de redireccionamientos repetitivos u opciones innecesarias.

5.8.1.3 No existirá el cobro de comisiones

La empresa está consciente de que un emprendimiento demanda muchas veces altas cantidades de dinero y piensa que el cobro de comisiones sobre el valor de las aportaciones de capital puede crear un desaliento a esta inversión. Por eso se establece el pago de una tarifa única. A diferencia de las plataformas de crowdfunding y algunas de ángeles inversionistas.

5.8.1.4 Ser una empresa local

Al ser una empresa constituida dentro del país se cree que el usuario tendrá mayor sensación de confianza. Debido a que siempre que presente algún inconveniente o dudas sabe que tendrá alguna posibilidad de solucionarlo de manera personal.

5.8.2 Oportunidades

5.8.3 Un nicho poco explorado en el mercado ecuatoriano

Como se describe en los antecedentes del presente proyecto, existen pocas plataformas de características similares a la propuesta en el presente trabajo, como se lo detallo en el análisis Porter, pero ninguna exactamente igual. Se cree que con la presente propuesta se puede mejorar la oferta de estas plataformas.

5.8.4 Incremento de la dependencia del teléfono inteligente

El tratar de llegar al consumidor mediante el mercado de las aplicaciones móviles se da ya que hoy en día la penetración del teléfono móvil inteligente en el país es sumamente alta el 63.6%, de la población tiene acceso a estos (MINTEL, 2017), y más aún si nos enfocamos en los estratos A,B y C+ donde la utilización de internet llega al 100%, 98% y 90% respectivamente.(INEC, 2011). por otro lado un estudio determinó que el 77.5% de las personas revisan su celular al despertar y el 75.7% antes de ir a dormir (AsoMóvil, 2017). Esto significa tener una cercanía muy amplia al consumidor.

5.8.5 No se necesita de una gran infraestructura para este servicio

La mayor inversión se da en el desarrollo inicial de la aplicación, la cual almacenara toda su información en una nube de datos, la empresa como tal maneja una copia digital de los contratos de aceptación de los términos de uso por parte de los usuarios, reportes información estadística, acuerdos de confiabilidad, contratos de publicidad y documentos legales de la empresa. Además de mantener una carpeta de los originales de los últimos 3 mencionados. Por tales razones la necesidad de un amplio espacio es casi nula, de ahí hacia adelante los costos operativos serán relativamente bajos una vez posicionada la aplicación, incluso el capital humano en esta fase de introducción no será mayor a 2 o 3 personas, ya que la presente aplicación está pensada para que funcione mediante la colaboración entre usuarios, de persona a persona. No que el usuario tenga que ir buscar el servicio a un lugar físico de la empresa.

5.8.6 Costos bajos de distribución

Al ser un producto digital la distribución es relativamente sencilla, siempre y cuando se cumpla con los estándares y normas de las tiendas de aplicaciones, en el presente proyecto se lo haría mediante la Play Store de Google. Donde se cancela una membresía anual de tan solo \$30. Y la recaudación mediante tarjeta de crédito o débito tiene una comisión de mediante la empresa Paymentez.

5.8.7 Nuevos proyectos de reforma que impulsan la creación de nuevas empresas en el Ecuador

El presidente del Ecuador Lcdo. Lenin Moreno Garcés durante el mes de Mayo del 2018 presento a la Asamblea Nacional un proyecto de ley orgánica para el fomento productivo, atracción de inversiones, generación de empleo y estabilidad y equilibrio fiscal. Que como objetivo tiene impulsar a las pequeñas y medianas empresas del Ecuador. Como se lo detallado en el análisis económico del análisis PESTAL. Al existir esta apertura, los emprendedores a

quienes va dirigido el presente proyecto, se sentirán con más confianza para publicar sus trabajos y desarrollar sus proyectos.

5.8.8 Debilidades

5.8.8.1 Ser una empresa entrante y desconocida

Esto puede ser un gran problema a la hora de comenzar el negocio, ya que en el campo que se pretende trabajar, existe información que para sus dueños es muy sensible que la han obtenido a través de su conocimiento, creatividad y oportunidad. Los usuarios tienen que sentir bastante confianza en la aplicación y su modelo de trabajo. Cuando la empresa es nueva estas características por lo general siempre se ponen en tela de duda. Y otro punto importante que afectará será la poca afluencia de usuarios en la etapa inicial.

5.8.8.2 Falta de aliados estratégicos

Al ser una empresa nueva, es más complicado contar con los aliados de gran reconocimiento como los que cuentan otras plataformas para impulsar el emprendimiento, las plataformas de crowdfunding o las plataformas de coworking. Estos aliados pueden ir aumentando, dependiendo de la aceptación que vaya logrando la aplicación.

5.8.9 Amenazas

5.8.9.1 Dependencia de una gran cantidad de usuarios para el funcionamiento y sostenibilidad de la aplicación

Las aplicaciones bajo el modelo de economía colaborativa se alimentan del tráfico y la interacción de sus usuarios y este debe estar presente desde el arranque de la aplicación, por eso será importante hacer una captación de usuarios antes de la liberación total de la plataforma.

5.8.10 La desconfianza del mercado objetivo con la subida de información al internet.

Un estudio indicó que apenas un 27,8% de la población se siente segura al ingresar su información personal en su celular.(AsoMóvil, 2017). Esto puede ser perjudicial para la empresa ya que la esencia del funcionamiento de la aplicación es el subir información al internet.

5.9 Investigación de Mercado

5.9.1 Objetivo general

Conocer el nivel de aceptación tanto de los emprendedores como de los socios capitalistas de la aplicación móvil en el mercado ecuatoriano.

5.9.2 Objetivos Específicos

- Identificar el perfil de un potencial consumidor tales como edad, sexo, ocupación.
- Conocer los posibles sectores económicos que requieren más atención para la aplicación.
- Determinar posibles características del producto como: el precio que están dispuesto a pagar los consumidores por este producto.
- Relacionar las necesidades de los emprendedores con las necesidades de los socios capitalistas.

5.9.3 Mercado Meta

Personas de 22 a 55 años, con un estrato económico C+, B, y A, que tengan la intención de emprender, o crean poder cooperar en los emprendimientos en forma de capital, que usen teléfonos con el sistema operativo Android y que residan en el Ecuador.

5.9.4 Técnica de recogida y análisis de datos

Las técnicas por usarse para el estudio de mercado, como se las ha mencionado anteriormente será mediante una entrevista y 2 cuestionarios tipo encuesta que abarcaran información cualitativa y cuantitativa. Destinados para el posible emprendedor y el inversionista.

5.9.5 Entrevista

La persona participe de la entrevista fue el Dr. Juan Carlos Cassinelli Cali quien actualmente tiene su propio estudio jurídico Cassinelli Abogados y goza de un amplio perfil del cual destacamos su participación como:

- Ministro de Comercio Exterior (2016 – 2017).
- Asambleísta y Primer Vicepresidente de la Asamblea Nacional del Ecuador (2009 – 2016).
- Gobernador(e) de la Provincia del Guayas (2009).
- Jefe Político del Cantón de Guayaquil (2007 – 2009).
- Director de Global Trade Consulting.
- Consultor empresarial y productivo.
- Miembro del Consejo Privado de Comercio e Inversiones Ecuador - EEUU

Lo cual respalda su amplio conocimiento en el mundo de los negocios y quien manifiesta ser un amante de los emprendimientos.

La entrevista se detalla a continuación:

5.9.5.1 ¿Como describe actualmente el emprendimiento en Ecuador?

La Tasa de emprendimiento temprana es una de las más altas de mundo, somos un país de emprendedores, generamos muchas ideas, sin embargo, muchos emprendimientos no logran ser sostenibles en el tiempo principalmente por la falta del acompañamiento del capital.

5.9.5.2 ¿Cuál considera usted los obstáculos para el emprendimiento en el Ecuador?

Como lo mencione antes, el capital; y esto se debe en parte a la falta de desarrollo de fuentes de financiamiento, en la práctica resulta muy difícil para el emprendedor acceder a un capital. Y al empezar el proyecto sin el capital suficiente muchas veces lo conduce al conocido valle de la muerte que es un escenario donde el emprendedor no puede sostener el negocio debido a la falta de un capital contingente.

También considero que la tramitología afecta al emprendimiento a pesar de que se han realizado mejoras citando como ejemplo la constitución de compañías que ahora se la puede realizar por internet. Creo que aún existen aspectos tales como que en el caso de que se quiera finiquitar dicha compañía puede tardar años y seguir generando tributos a pagar.

5.9.5.3 ¿Puede indicar usted las principales falencias de los emprendedores en el Ecuador?

Pienso que los emprendedores ecuatorianos son muy repetitivos en sus ideas lo que al final no los lleva a cumplir con una característica primordial del emprendedor la cual consiste en ser innovador, también considero que muchas propuestas se pueden escuchar muy bien a la hora de la presentación, pero en la práctica son poco o nada viables ni a corto ni a largo plazo.

Finalmente considero que los emprendedores les hace falta un mayor análisis y un correcto estudio de sus propuestas.

5.9.5.4 ¿Cuál es su opinión acerca de emprender bajo una sociedad mercantil?

Siempre será importante conectar a un emprendedor con el capital independientemente del mecanismo que se use para esto. Lo que si hay que tener claro para el emprendedor en el caso de realizar una sociedad es precautelar la propiedad intelectual de sus ideas.

5.9.5.5 ¿Cual es su opinión acerca de la propuesta de una aplicación móvil que sirva para conectar emprendedores con inversionistas?

Nuevos mecanismos para llegar a conectar los capitales con los emprendedores siempre son bienvenidos ya que muchas veces los emprendedores que aspiran lograr financiamientos para sus proyectos lo hacen bajo concursos donde solo los primeros lugares obtienen el patrocinio

de las empresas. Y el resto queda al margen hasta que se les presenten otras oportunidades. O como lo mencione anteriormente se le complica el acceso a un capital.

5.9.5.6 ¿Cree que se debe brindar mayor impulso del emprendimiento en el Ecuador?

Los emprendedores son los propulsores de un país, ya que son ellos los que generan constante innovación. Y aportan a la dinamización de la economía. Sin ellos las economías están destinadas a fracasar.

5.9.6 Estudio del perfil del emprendedor

5.9.6.1 Población y muestra

El presente proyecto tiene como población a personas en el Ecuador de género masculino o femenino entre 22 hasta 55 años de edad, que sean de un estrato social A, B y C+, que tengan en mente la intención de emprender, que posean un teléfono inteligente que funcione bajo el sistema operativo Android, además de tener acceso al internet. Se tomará una muestra representativa para realizar la indagación.

Tabla 17

Desglose de las variables seleccionadas para la toma de la muestra

Variable	Ponderación	Cálculo
Población total del Ecuador	100%	16,792,236.00
Población de 22 a 55 años	44.66%	7,500,035.00
El 35.30% del Ecuador pertenece a un stratus social A, B y C+ (se descuenta el porcentaje del no uso de internet.)	14.92%	2,504,711.69
El 74% de Ecuatorianos usa Android en sus telefonos inteligentes	11.04%	1,853,486.65
Ecuador posee una TEA del 29.6%	7.32%	548,632.05
Total de la muestra		548,632.05

Nota: Elaboración propia

Fórmula para determinar la muestra:

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

N: tamaño de la muestra

N: población total

Z: nivel de confianza (1,95%)

p: probabilidad de ocurrencia

q: probabilidad de no ocurrencia

e: margen de error (5%)

El resultado de la formula detallada anteriormente, nos arroja un tamaño de muestra de 384 personas.

5.9.6.2 Resultados de la encuesta

Ciudad

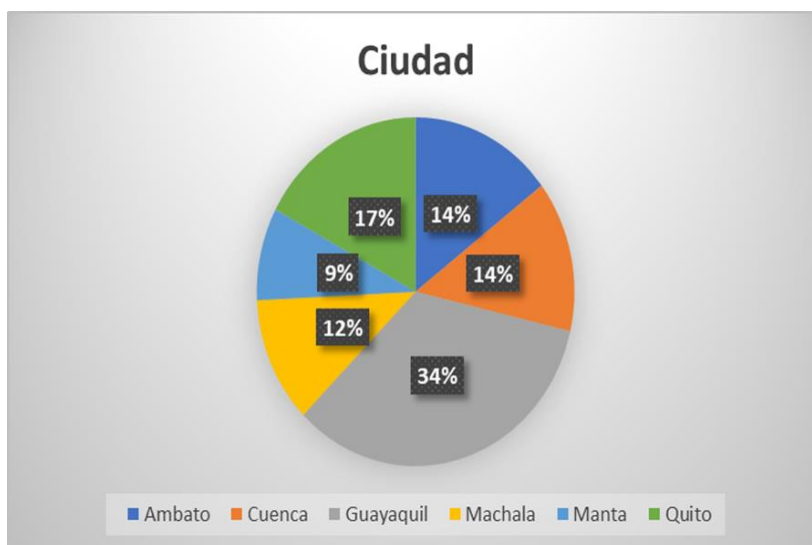


Figura 11. Resultados de la encuesta 1 correspondientes a la ciudad. Elaboración propia.

La encuesta priorizo las ciudades de mayor generación económica en el Ecuador, debido a la facilidad de localización Guayaquil obtuvo un 34% del total de la muestra, seguido por la Capital Quito con un 17%, de igual manera las ciudades de Ambato y Cuenca obtuvieron similar porcentaje con un 14% y Machala y Manta con un 12% y 9% respectivamente.

Edad

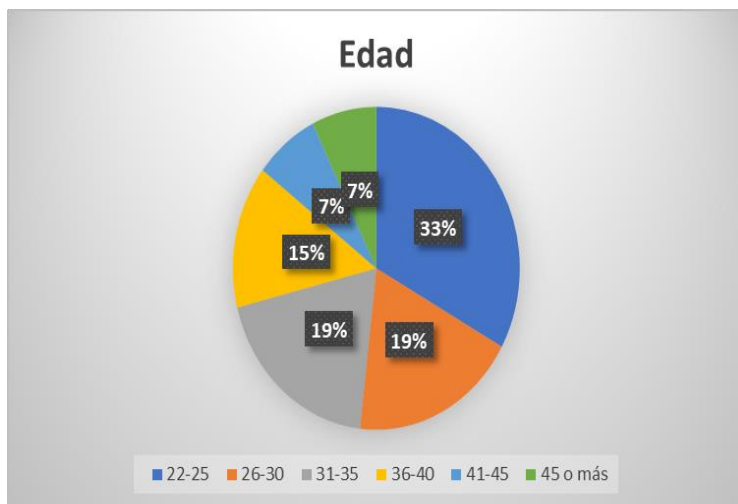


Figura 12. Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la edad. Elaboración propia.

De los encuestados el 33% se encontraba entre las edades de 22 a 25 años, la mayoría eran estudiantes quienes se encontraban culminando sus carreras. Seguido por los rangos de 26 a 30 años y 31 a 35 años con un 19% cada uno, quienes disponían de un trabajo estable y se encontraban en un auge profesional. Luego tenemos con un 15% al rango de 36 a 40 años. Quienes normalmente ya definieron su vida profesional y adquirieron gran experiencia en sus años laborales. Finalmente, los grupos de 41 a 45 años y 45 o más años cada uno con un 7% de participación, son aquellos que se encuentran entrando a etapa final del trabajo por dependencia.

Género

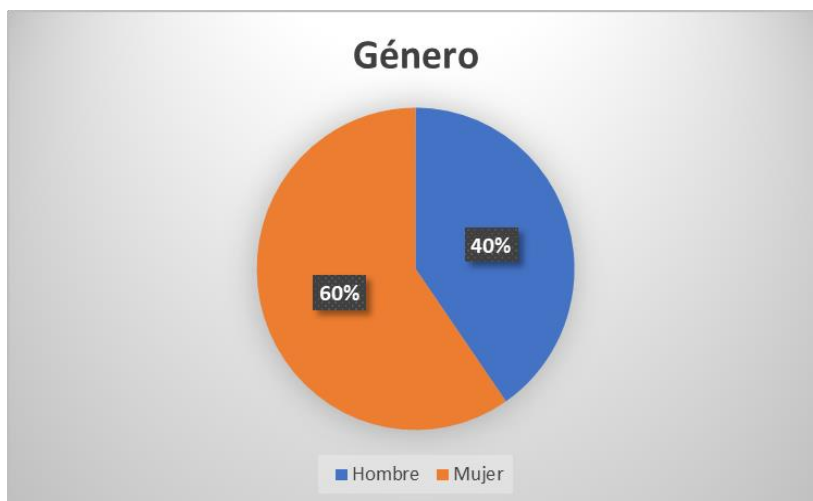


Figura 13. Resultados de la encuesta 1 correspondiente al género. Elaboración propia.

El 60% de los encuestados eran mujeres, y el 40% restante eran hombres.

Ocupación

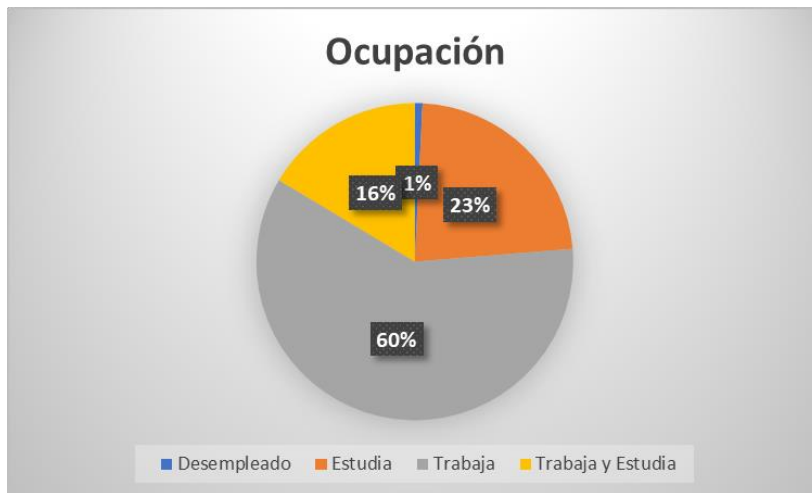


Figura 14. Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la ocupación. Elaboración propia.

De los encuestados tenemos que el 60% son trabajadores activos, además de un 16% de estudiantes universitarios que trabajan al mismo tiempo, un 23% de estudiantes que se encuentran culminando sus carreras. Y finalmente un 1% de desempleados.

¿Cree usted que hace falta mayor información en cuestiones de educación financiera, estudio de mercado, requerimientos, procesos y fuentes de financiamiento hacia el emprendedor en el Ecuador?



Figura 15. Resultados de la encuesta 1 correspondiente a información financiera. Elaboración propia.

Del total de los encuestados tenemos que un 84% cree firmemente que hace falta mayor educación financiera hacia los emprendedores en el país. Apenas un 1% cree que no hace falta y un 15% cree que solo de forma parcial existe una deficiencia en esta información.

¿Alguna vez trato de buscar algún tipo de información relacionada con lo mencionado en la pregunta anterior?

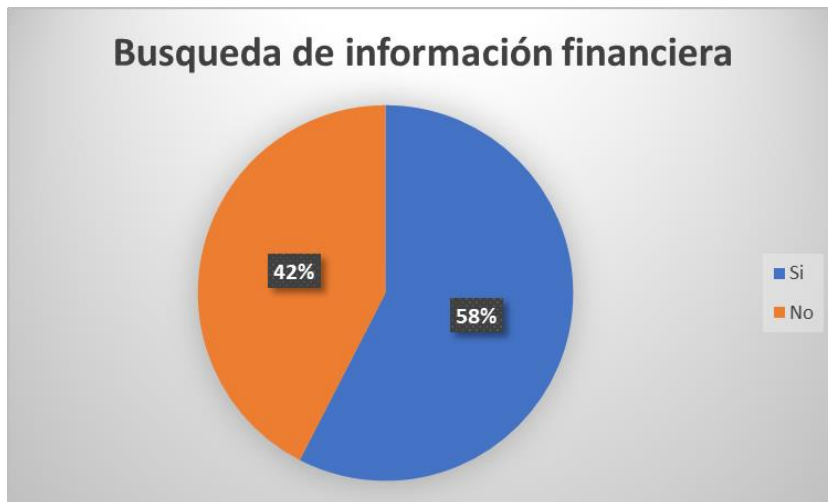


Figura 16. Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la búsqueda de información financiera. Elaboración propia.

Del total de la muestra el 58% trato de buscar información relacionada con el literal anterior. Y un 42% restante no lo hizo.

¿Qué tan difícil considera usted que le fue acceder a esta información?

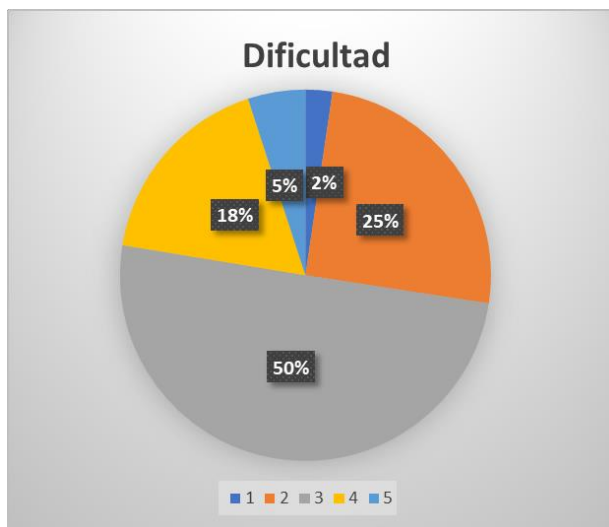


Figura 17. Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la dificultad. Elaboración propia.

El rango de calificación consistía en 1-Muy difícil; 2-Difícil; 3-Normal; 4-Fácil; 5-Muy Fácil. Esta pregunta solo fue contestada por el 58% de la muestra que afirmo haber buscado el tipo de información mencionada en el literal anterior. Y de este 58% tenemos que el 27% considero que le fue difícil o muy difícil buscar esta información, por otro lado, el 50% lo considero en un rango normal moderado y finalmente un 23% de los encuestados manifestó que le fue fácil o muy fácil acceder a esta información.

¿Tiene algún proyecto o idea que le gustaría emprender?



Figura 18. Resultado de la encuesta 1 correspondiente a la intención de emprender. Elaboración propia.

Para motivos de validar esta encuesta el 100% de los encuestados tenían que cumplir con el parámetro de mantener una intención de emprender. Se realizaron encuestas hasta obtener las 384 válidas para la muestra, los que no cumplían con este requisito tuvieron que ser descartadas.

¿Qué razón lo limita a hacerlo?

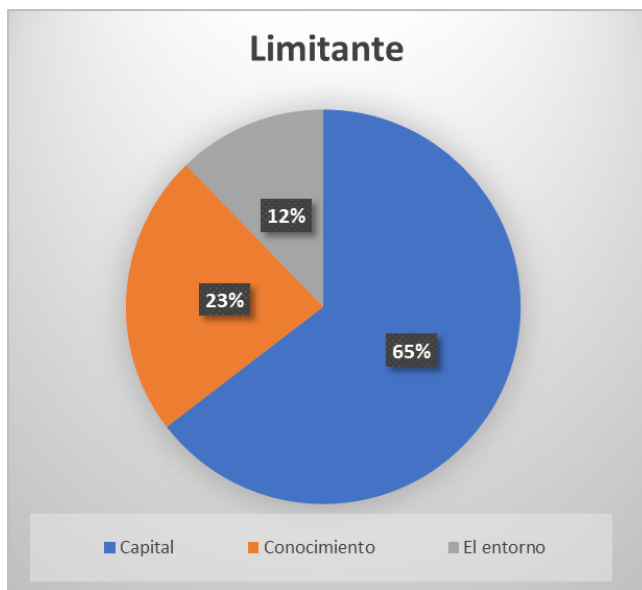


Figura 19. Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la limitante. Elaboración propia.

El 65% de los encuestados, considero que la falta de capital le impide emprender, por otro lado, el 23% considera que aún no cuenta con los conocimientos suficientes para aventurarse, y finalmente el 12% considera que el entorno no es el adecuado para emprender.

¿En qué sector económico le gustaría emprender?

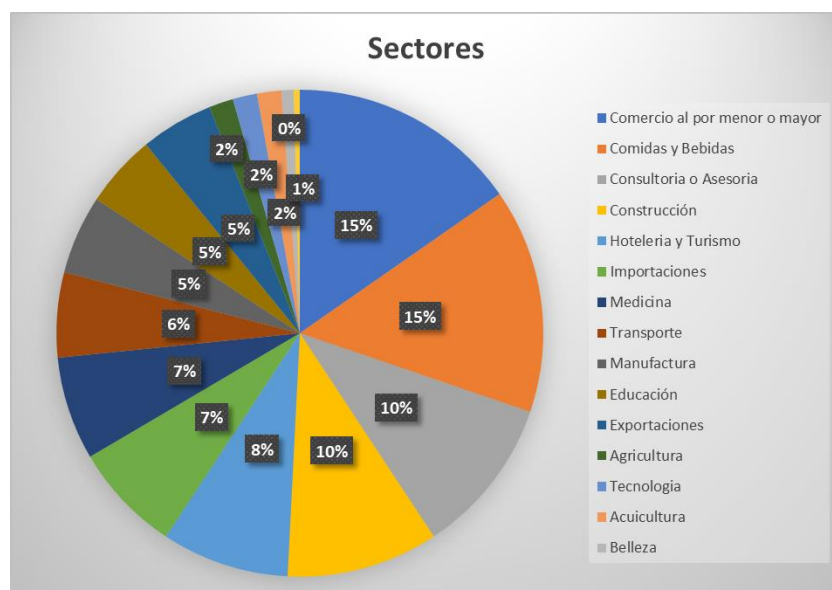


Figura 20. Resultados de la encuesta 1 correspondiente a los sectores a emprender. Elaboración propia.

Del 65% de emprendimientos que se limitaban por el capital, los sectores que más destacaron fueron los siguientes:

Tabla 18

Resultados de encuestas relacionado con la intención de emprendimiento en distintos sectores

Sector	Total	Porcentaje
Comercio al por menor o mayor	38	15.32%
Comidas y Bebidas	37	14.92%
Consultoría o Asesoría	26	10.48%
Construcción	25	10.08%
Hotelería y Turismo	21	8.47%
Importaciones	18	7.26%
Medicina	17	6.85%
Transporte	14	5.65%
Manufactura	13	5.24%
Educación	12	4.84%
Exportaciones	12	4.84%
Agricultura	4	1.61%
Tecnología	4	1.61%
Acuicultura	4	1.61%
Belleza	2	0.81%
Avicultura	1	0.40%
Total General	248	100.00%

Nota: Elaboración propia

Comercio al por menor y mayor destaca con un 15.32%. Seguido por comidas y bebidas, consultorías o asesorías y el sector de la construcción.

¿Si tuviera la oportunidad de publicar un abstracto de su proyecto en una plataforma virtual funcional mediante una aplicación móvil, y así obtener contactos previamente filtrados y verificados que le ayuden a contrarrestar las limitaciones antes mencionadas, a cambio de darle una participación societaria de su proyecto? ¿Lo haría?



Figura 21. Resultados de la Encuesta 1 correspondiente a la publicación del abstracto del proyecto. Elaboración propia.

El 84% de los encuestados afirmó que si existiera la plataforma propuesta en el presente trabajo publicarían un abstracto de su proyecto en la misma. Mientras que el 16% se negaría a hacerlo.

¿Estarías dispuesto a pagar por este servicio?

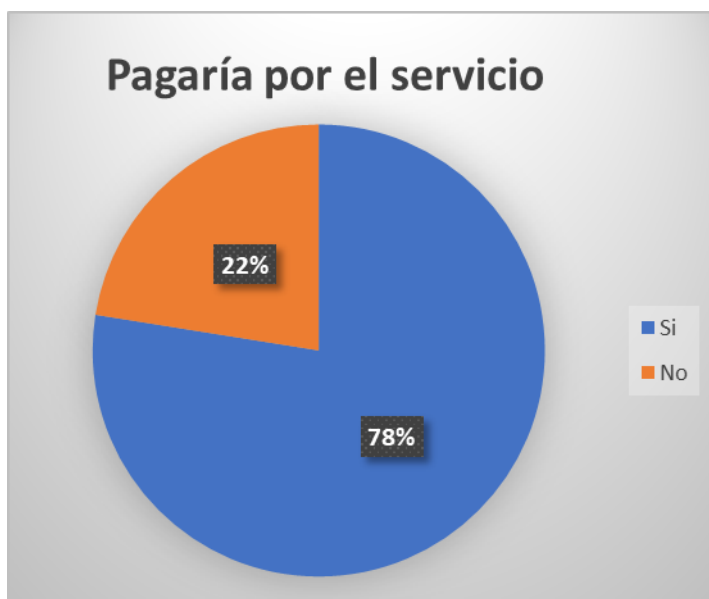


Figura 22. Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la intención de pagar por el servicio. Elaboración propia.

Del 84% de encuestados que afirmaron que publicarían su proyecto en la plataforma, un 78% estaría dispuesto a pagar por este servicio. Y un 22% no lo haría.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada contacto de un posible socio brindado con éxito?

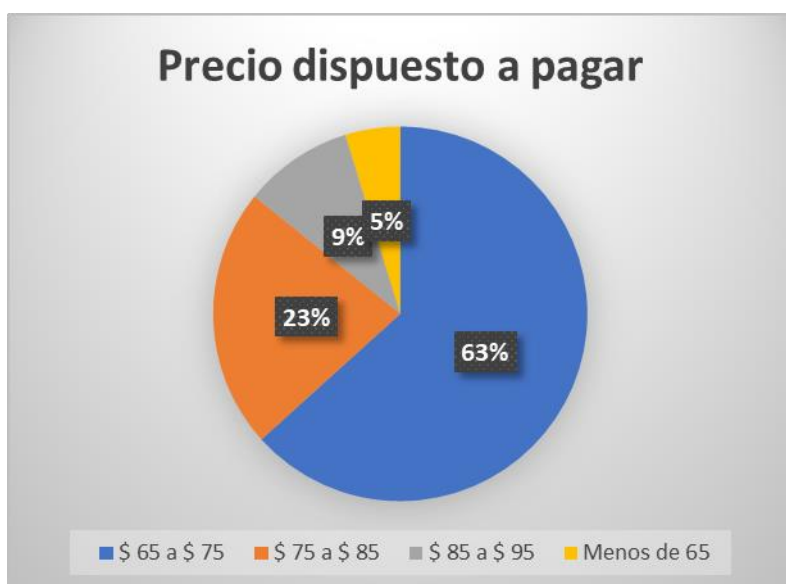


Figura 23. Resultados de la encuesta 1 correspondiente al precio dispuesto a pagar por los emprendedores. Elaboración propia.

Del 78% de encuestados que afirmo que pagaría por el servicio, un 63% pagaría de \$65 a \$75 mientras que un 23% pagaría de \$75 a \$85, por otro lado, un 9% cree que podría pagar

de \$85 a \$95. Se le brindó la oportunidad a los encuestados de proponer otro valor que ellos consideran justo, y un 5% propuso valores por debajo de los \$65.

¿Qué método de pago preferiría usar?

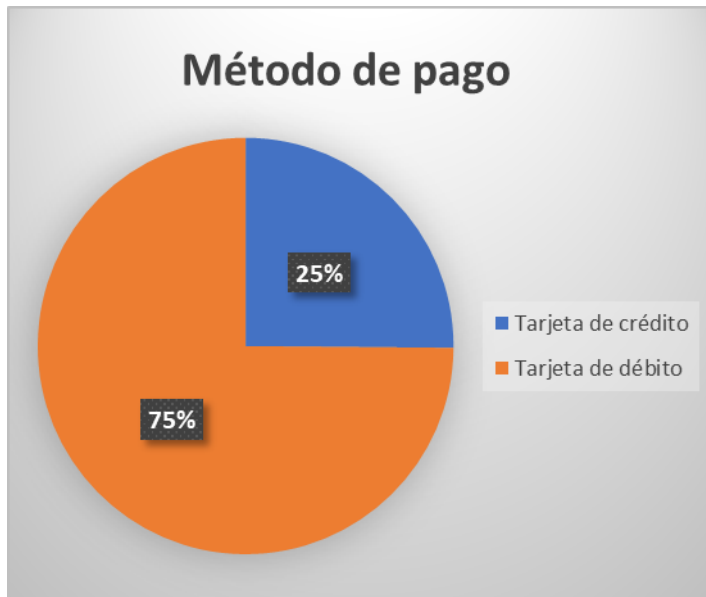


Figura 24. Resultados de la encuesta 1 correspondiente al método de pago preferido por los emprendedores. Elaboración propia.

Del total de personas dispuestas a pagar por el servicio, un 75% cree hacerlo con la tarjeta de débito, mientras un 25% considera hacerlo con una tarjeta de crédito.

Si existiera una aplicación móvil que ofrezca mayor información en cuestiones de educación financiera, estudio de mercado, requerimientos, procesos y fuentes de financiamiento de forma resumida y constantemente actualizada, además de ofrecer artículos de interés relacionado con el emprendimiento y poder visualizar o participar en ideas de negocios de los distintos usuarios ¿Consideraría descargar la aplicación en su teléfono?



Figura 25. Resultados de la encuesta 1 correspondiente a la intención de descargar la aplicación. Elaboración propia.

A los encuestados se les indico todas las características que dispondría la aplicación y un 90% considero descargarla. Mientras que un 10% no lo haría.

5.9.6.3 Análisis de los resultados de la encuesta 1

- Del total de la muestra 384 un total 161 encuestados es decir un 41.93% consideraría pagar al menos \$65 por recibir contactos de socios capitalistas y un 90% la descargaría para interactuar con la aplicación, sin que esto sea confirmación de que harán el uso de sus servicios.
- Del total de las personas encuestadas en el rango de 41 a 45 años apenas el 60% estaría dispuesto a publicar su proyecto en la plataforma. Y del rango de 45 años o más apenas el 48% lo haría. En contraste con el 94% de aceptación del rango que va desde los 22 a 25 años. Esto nos marca una clara tendencia que los potenciales usuarios de la aplicación se encuentran en rangos de edad menores.

5.9.7 Estudio del perfil del inversionista

5.9.7.1 Población y muestra

El presente rol de usuario tiene como población a personas en el Ecuador de género masculino o femenino entre 22 hasta 55 años de edad, que sean de un estrato social A y B, que tengan en mente la intención de financiar proyectos de emprendimiento, que posean un teléfono inteligente que funcione bajo el sistema operativo Android, además de tener acceso al internet. se tomará una muestra representativa para realizar la indagación.

Tabla 19

Desglose de las variables seleccionadas para la toma de la muestra

Variable	Ponderación	Cálculo
Población total del Ecuador	100%	16,792,236.00
Población de 22 a 55 años	44.66%	7,500,035.00
El 13.10% del Ecuador pertenece a un stratus social A y B (se descuenta el porcentaje del no uso de internet.)	5.75%	965,704.51
El 74% de Ecuatorianos usa Android en sus telefonos inteligentes	4.26%	714,621.33
Total de la muestra		714,621.33

Nota: Elaboración propia

Fórmula para determinar la muestra:

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

N: tamaño de la muestra

N: población total

Z: nivel de confianza (1,95%)

p: probabilidad de ocurrencia

q: probabilidad de no ocurrencia

e: margen de error (5%)

El resultado de la formula detallada anteriormente, nos arroja un tamaño de muestra de 384 personas.

5.9.7.1 Resultados de las encuestas

Ciudad

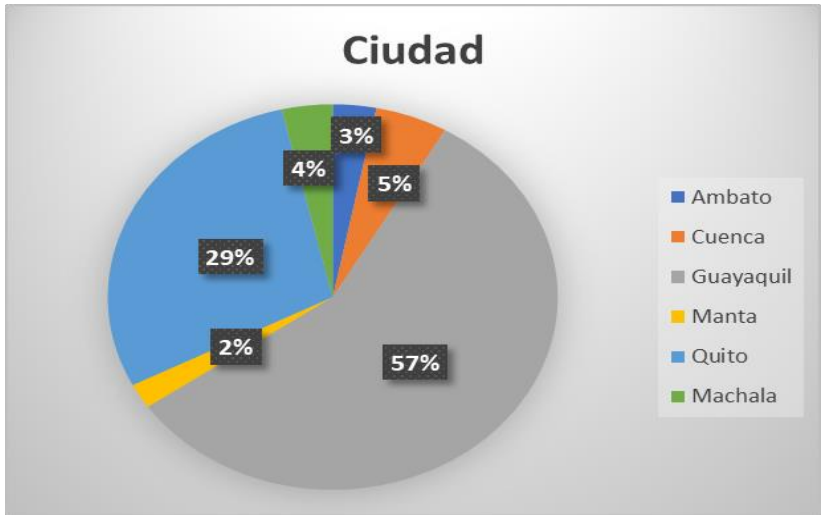


Figura 26. Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la ciudad. Elaboración propia.

Los resultados fueron localizados en su mayoría en Guayaquil con un 57% debido a la facilidad de locación. Seguido por Quito con un 29%, Cuenca con un 5%, Ambato con un 3% Machala con un 4% y finalmente Manta con un 2%.

Genero

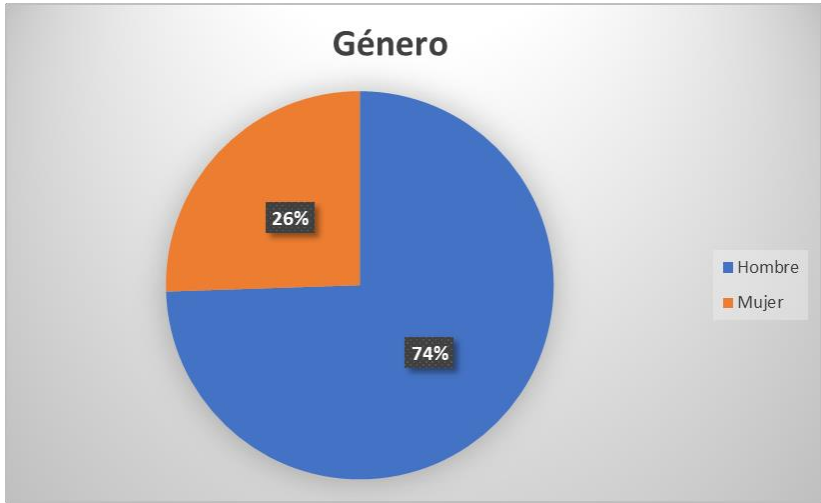


Figura 27. Resultados de la encuesta 2 correspondiente al género. Elaboración propia.

En el caso de los posibles inversionistas tenemos que predomino el género masculino con un 74% sobre el 26% del género femenino.

Edad

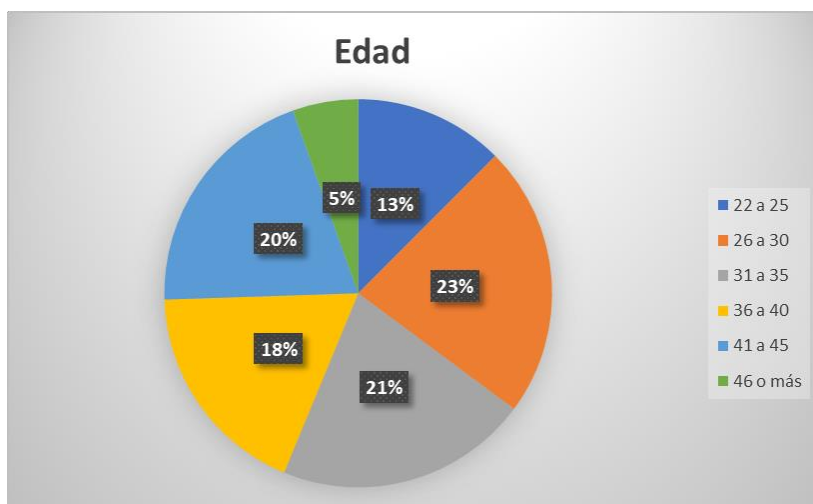


Figura 28. Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la edad. Elaboración propia.

En la presente encuesta predomina el grupo ubicado entre los 26 a 30 años con un 23% de participación, Seguido por el rango de 31 a 35 años con un 21%, luego el rango de 41 a 45 años con un 20%, luego el rango de 36 a 40 años con un 18%, seguido por el rango de 22 a 25 años con un 13% y finalmente el rango de 46 años o más.

¿Usted alguna vez ha realizado alguna inversión financiera en el Ecuador?

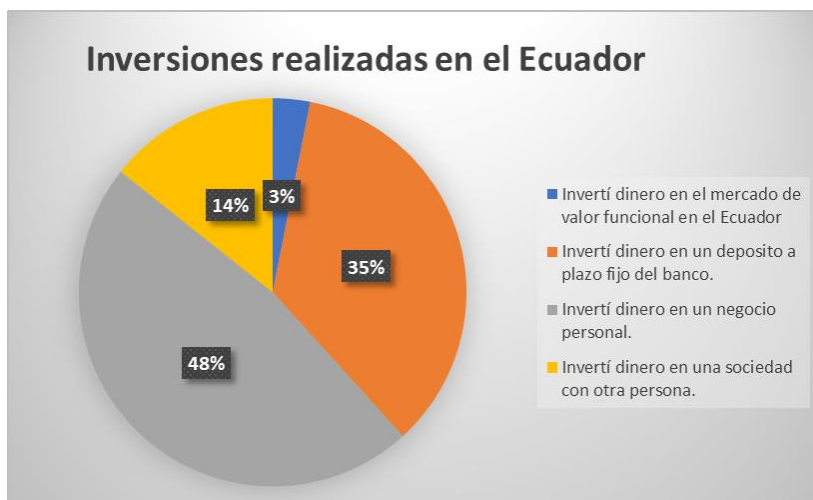


Figura 29. Resultados de la encuesta 2 correspondiente a las inversiones realizadas en el Ecuador. Elaboración propia.

Del total de la muestra, el 48% tuvo experiencia invirtiendo en su propio negocio, seguido por un 35% de las inversiones en pólizas bancarias. Un 14% tuvo experiencia invirtiendo en sociedad y apenas un 3% tuvo experiencia en el mercado de valores del Ecuador.

¿Considera usted que dicha inversión fue rentable?

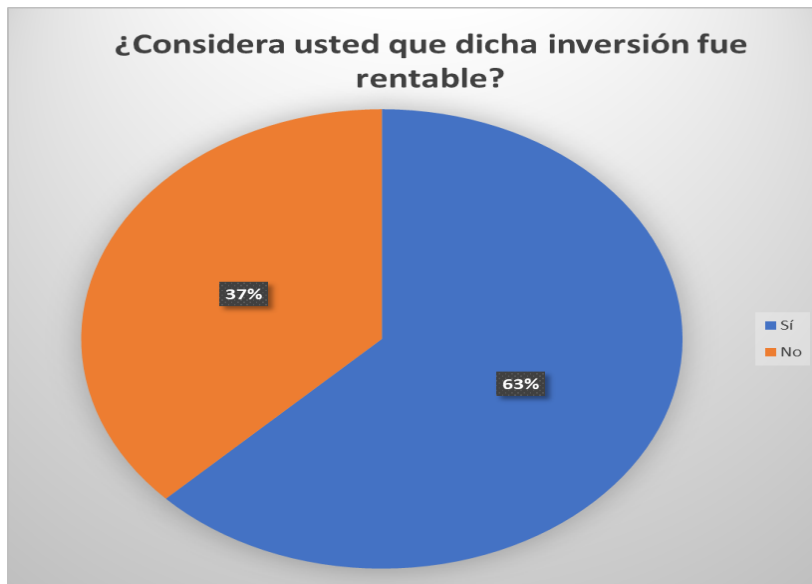


Figura 30. Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la rentabilidad de la inversión. Elaboración propia.

Un 63% de la muestra cree que la inversión que realizaron fue rentable, mientras que el 37% cree que no lo fue.

¿Qué tan importante considera los siguientes aspectos a la hora de realizar una inversión?

En esta pregunta se tomaron en consideración 5 puntos tales como:

- La seriedad y el conocimiento de la institución o la persona involucrada en la inversión
- La tasa de retorno ofrecida
- El riesgo que implica la inversión
- El tiempo que toma la recuperación del capital
- Que tan necesaria es la intervención del inversionista para lograr los objetivos del proyecto.

Los rangos de calificación son:

- 1.-Muy Importante
- 2.- Importante
- 3.-Normal
- 4.-Poco importante
- 5.-Totalmente Indiferente

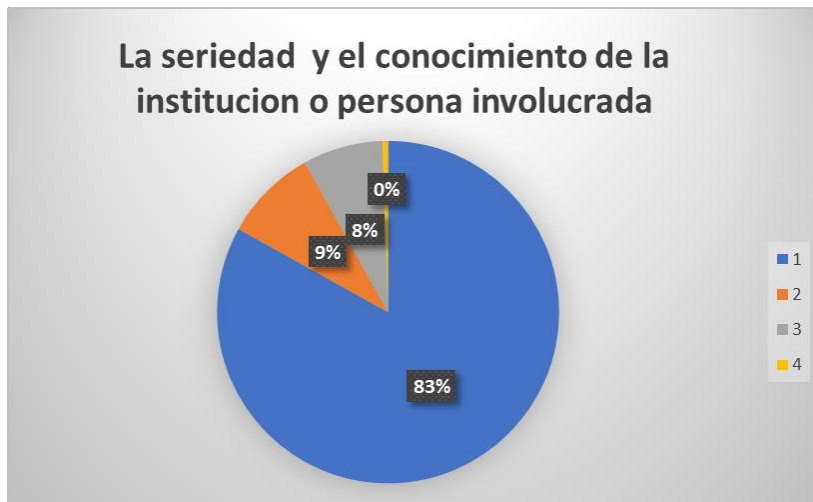


Figura 31. Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la seriedad y el conocimiento de la institución o persona involucrada. Elaboración propia.

En esta pregunta tenemos que el 83% considera muy importante esta característica, y apenas un 9%,8% y menos del 1% lo califica con 2,3 y 4 respectivamente.



Figura 32. Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la tasa de retorno ofrecida. Elaboración propia.

En esta pregunta tenemos que el 58% considera muy importante esta característica, seguido por un 36% que la considera importante, luego un 5% la considera normal y finalmente un 1% la considera poco importante.



Figura 33. Resultados de la encuesta 2 correspondiente al riesgo que implica la inversión. Elaboración propia.

En esta pregunta tenemos que el 70% considera muy importante esta característica, seguido por un 24% que la considera importante y finalmente un 6% la considera normal.



Figura 34. Resultados de la encuesta 2 correspondiente al tiempo que tomara la recuperación del capital. Elaboración propia.

En esta pregunta tenemos que el 47% considera muy importante esta característica, seguido por un 32% que la considera importante luego un 14% la considera normal y un 7% la considera poco importante.

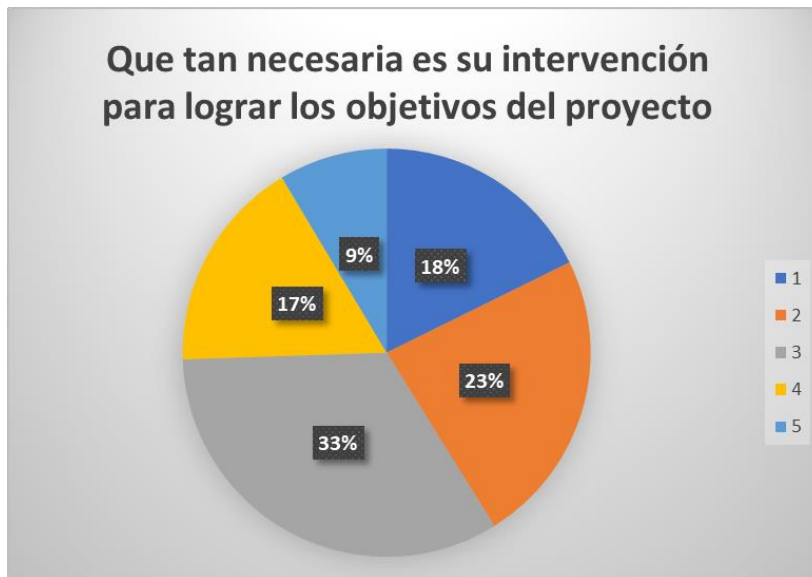


Figura 35. Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la intervención del inversionista para lograr los objetivos del proyecto. Elaboración propia.

En esta pregunta tenemos que el 18% considera muy importante esta característica, seguido por un 23% que la considera importante luego un 33% la considera normal, un 17% la considera poco importante y un 9% lo considera totalmente indiferente.

¿Estaría interesado en invertir dinero para proyectos emprendedores siempre y cuando estos cumplan sus expectativas?

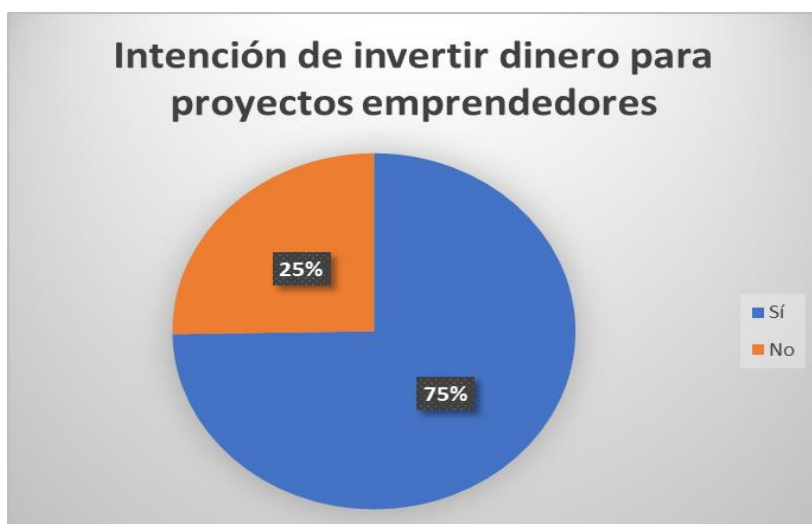


Figura 36. Resultados de la encuesta 2 correspondiente a la intención de invertir dinero en proyectos emprendedores. Elaboración propia.

Un 75% de los encuestados afirmo que estaría dispuesto a invertir dinero para proyectos emprendedores, siempre y cuando estos cumplan sus expectativas.

¿Cuánto dinero usted estaría dispuesto a invertir?

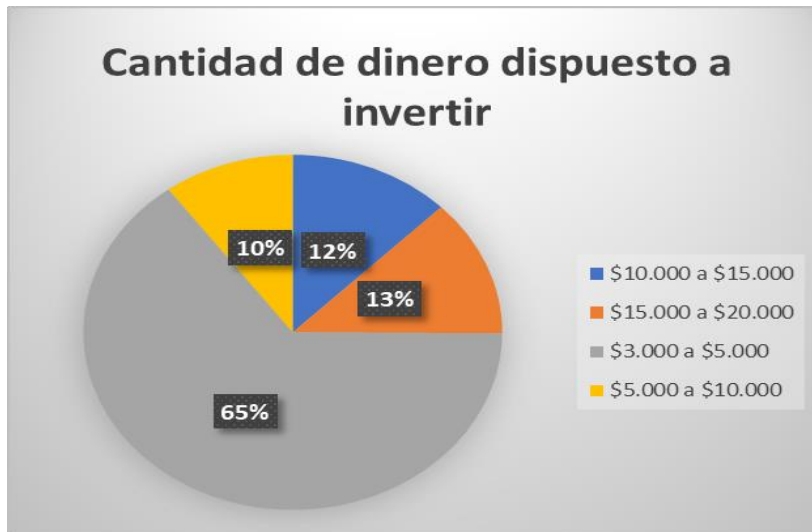


Figura 37. Resultados de la encuesta 2 correspondiente al dinero dispuesto a invertir. Elaboración propia.

Del 75% que afirmo que sería capaz de invertir dinero para proyectos emprendedores, un 65% no lo haría por más de \$5.000, mientras un 10% lo haría entre el rango de \$5.000 a \$10.000, un 12% lo haría entre \$10.000 a \$15.000 y finalmente un 13% lo haría de \$15.000 a \$20.000

¿Qué tipo de retorno prefiere?

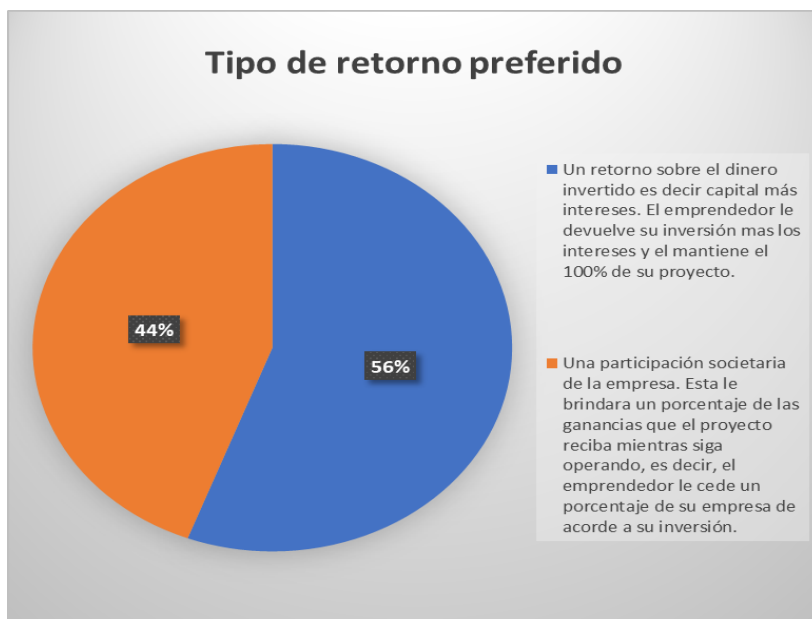


Figura 38. Resultados de la encuesta 2 correspondiente al tipo de retorno preferido. Elaboración propia.

Los inversionistas prefieren ligeramente un retorno sobre su capital, sobre un retorno en modo de acción societaria. Con un 56% y 44% respectivamente.

¿En qué sector económico le gustaría invertir?



Figura 39. Resultados de la encuesta 2 correspondiente a los sectores preferentes para invertir. Elaboración propia.

Los posibles inversionistas prefieren invertir en negocios relacionados con el comercio al por mayor y menor, consultorías o asesorías, transporte entre otros detallados en la tabla 18.

Tabla 20

Sectores atractivos para la inversión de emprendimientos

Sector	Total	Porcentaje
Comercio al por menor o mayor	46	16.03%
Consultoría o Asesoría	35	12.20%
Comidas y Bebidas	32	11.15%
Transporte	25	8.71%
Otros	23	8.01%
Acuicultura	21	7.32%
Avicultura	21	7.32%
Exportaciones	21	7.32%
Construcción	14	4.88%
Hotelería y turismo	12	4.18%
Medicina	11	3.83%
Importaciones	9	3.14%
Educación	9	3.14%
Manufactura	8	2.79%
Total general	287	

Nota: Elaboración propia

¿Estaría dispuesto a registrarse sin costo en una plataforma virtual funcional mediante una aplicación móvil que le permita visualizar distintos proyectos de emprendimientos y contactar a sus creadores en caso de algún interés, quienes son filtrados y verificados por la administración de la plataforma?



Figura 40. Resultados de Encuestas. Elaboración propia.

Un 80% de los encuestados afirmó que descargaría la aplicación en caso de su existencia, y un 20% cree no hacerlo.

5.9.7.2 Análisis de los resultados de la encuesta 2

Apenas un 14% de los encuestados tuvo experiencia invirtiendo en sociedad.

El 60.16% del total de la muestra estaría dispuesta a descargar la aplicación y a invertir en proyectos emprendedores siempre y cuando estos cumplan sus expectativas.

5.9.8 Análisis de relación entre los perfiles

El 41.93% de los posibles emprendedores estaría dispuesto a pagar por recibir contactos de socios capitalistas. Por otro lado, el 60.16% de los posibles inversionistas estarían dispuestos a invertir en proyectos emprendedores siempre y cuando estos cumplan sus expectativas. Esto nos ayuda a deducir basado en el nivel de aceptación que para la presente propuesta de la aplicación existiría un 43.48% más de inversionistas comparado con el volumen de emprendedores lo que puede significar mejores probabilidades de éxito para el emprendedor.

Coinciden en un gran porcentaje las intenciones de negocios de los emprendedores e inversionistas como se lo detallo en la tabla 10 y 11 respectivamente.

5.10 Plan de marketing

5.10.1 Misión

Dar a conocer las utilidades y beneficios de la aplicación Impulsec al mercado ecuatoriano.

5.10.2 Visión

Captar al menos 450 proyectos durante el primer año de funcionamiento.

5.10.3 Objetivo General

Introducir en el mercado ecuatoriano una aplicación que sirva para contactar socios y emprendedores de una manera sencilla y flexible.

5.10.4 Objetivos Específicos

- Crear una imagen de marca atractiva, que sea capaz de posicionarse en la mente del emprendedor y de los socios capitalistas en el Ecuador.
- Implementar campañas digitales para dar a conocer las funciones y beneficios de la aplicación.

5.10.5 Marketing Mix

5.10.5.1 Estrategia de Producto o Servicio

Diseño y Presentación

La aplicación será diseñada bajo el modelo de diseño metro que es muy común en las aplicaciones de Android, los colores que conformen su diseño serán el naranja y sus derivados con distintos tonos de opacidad, pesara aproximadamente 25 Megabytes.

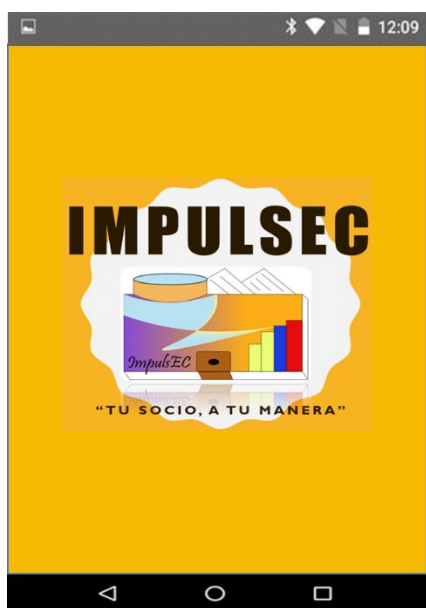


Figura 41. Pantalla de inicio de la aplicación. Elaboración propia.

5.10.5.2 Productos o servicios disponibles

Contactar emprendedores con socios capitalistas o viceversa.

Impulsec se trata de una aplicación que ofrece servicios de “Actividades de asociaciones que facilitan el contacto con otras personas con intereses similares” es decir que sirve como intermediario entre varias partes con un interés en común, entre los roles disponibles se tiene como eje principal a los emprendedores ya que ellos son los que demandaran las necesidades a través de sus proyectos, y como el rol complementario estarán los socios capitalistas.

Dependiendo de la necesidad del proyecto se pretende brindarle el contacto exacto de lo que necesita. Es decir, el emprendedor se evitará realizar una búsqueda que le tomaría tiempo, recursos y un riesgo. La plataforma mediante su aplicación móvil notificara a sus usuarios inscritos como socios capitalistas los nuevos proyectos y sus requerimientos y si estos se ajustan a su interés podrán contactar al emprendedor en primera instancia para conocer detalles y en segunda y definitiva instancia podrán solicitar sus datos una vez logrado un acuerdo.

Una vez llegado a este punto las partes quedan liberadas de la plataforma para continuar sus negocios a su conveniencia.

Productos o servicios de valor agregado

Por otro lado, la aplicación como valor agregado y de manera gratuita ofrecerá distintos módulos de guía que incluyen:

Como emprender en Ecuador

Para esta sección se resumirá paso a paso como es el proceso para iniciar un negocio en el país. Además de las distintas herramientas disponibles para los emprendedores. esta sección será actualizada dependiendo de la variación de la información que por lo general es luego de mucho tiempo.

Contenido

1. Generación de ideas de negocio
2. Define correctamente tu cliente
3. Estudia bien el mercado
4. Desarrolla un plan de negocios
5. Encontrar financiamiento para el proyecto
6. Formalizar el negocio

El manual al detalle ofrecido por la plataforma se encuentra en el apéndice #2.

Financiamiento en Ecuador

En esta sección se hará una investigación de las distintas fuentes de financiamiento que están disponibles en el país y como acceder a ellas. De igual manera esta sección será actualizada dependiendo de la variación de la información que por lo general es luego de mucho tiempo.

Contenido

1. Financiamiento bancario
2. Financiamiento por Ángeles Inversionistas
3. Financiamiento por crowdfunding
4. Financiamiento en la bolsa de valores
5. Financiamiento por capital de riesgo
6. Concursos para emprendedores

El manual al detalle ofrecido por la plataforma se encuentra en el apéndice #3.

Emprendedores ejemplares

Esta sección será enlazada a distintos artículos en la web que destaquen a grandes emprendedores a nivel mundial. Y en un futuro cuando la aplicación este posicionada y tenga proyectos que se hayan realizado gracias a los servicios de la plataforma se realizaran artículos sobre estos para su posterior publicación.

Actualidad

En esta sección van artículos de interés relacionado al mundo del emprendimiento, para eso tendremos de aliado a la página web de origen ecuatoriano Elemprendedor.ec quien nos permitirá publicar sus artículos en la aplicación a cambio de darle los créditos de autoría.



Figura 42. Pantalla de principal de la aplicación. Elaboración propia.

5.10.5.3 Precio

Precio por descarga

La aplicación móvil no tendrá ningún precio por su descarga, es decir que el usuario podrá interactuar con la plataforma, registrarse y publicar un proyecto de forma gratuita.

Precio por servicios de contactos de socios

La principal fuente de ingreso en esta fase de introducción serán los ingresos por la venta de contactos de socios al emprendedor que este en base a resultados de las encuestas será inicialmente de \$75.

Precio por destacar proyectos

Este servicio es un complemento opcional para aumentar la exposición del proyecto dentro de la plataforma. Lamentablemente al no existir un estudio en el país relacionado a esta utilidad, se realizó un ejercicio de prueba en una página de publicaciones de Mercado Libre Ecuador donde un 6.55% de publicaciones era promocionadas por determinada búsqueda. Por este servicio se prevé cobrar \$7 por semana.

Precio para publicidad

Este servicio va dirigido a las empresas o negocios que deseen exponerse en la aplicación mediante banners publicitarios, la aplicación tendrá la capacidad de alternar entre 3 banners, por este servicio se espera cobrar \$30 mensuales que fue la información brindada por un profesional de la materia. Se espera que el servicio de publicidad entre en funcionamiento

a partir del segundo año, cuando la plataforma vaya ganando su espacio a través del plan de marketing.

Precio por servicios informativos

Este servicio forma parte del valor agregado de la plataforma por lo tanto será de acceso gratuito.

5.10.5.4 Estrategia de Plaza

La aplicación solo contará con un canal de distribución virtual que será a través de la Play Store la tienda oficial de Android a nivel mundial. El proceso de publicación se encuentra en el capítulo 3 del presente documento.

5.10.5.5 Estrategia de Promoción

Promoción a través de las redes sociales LinkedIn, Facebook, Twitter e Instagram.

Actualmente las redes sociales generan mucha más atracción que la publicidad tradicional, además de alinearse al modelo de negocio de la empresa que es totalmente digital, ofrecen la gran ventaja de que la creación y uso de los perfiles es totalmente gratuito. Sin embargo, será necesario pagar por publicidad de forma regular para abarcar más clientes.

La publicidad será segmentada acorde al mercado meta del presente proyecto y se enfocará la mayor parte a la red social de uso profesional LinkedIn ya que permite la segmentación por distintas variables relacionadas al profesionalismo del usuario. Este enfoque también se aplicará en las búsquedas de Google bajo el servicio de Google Ads que relacionará la publicidad bajo los términos de búsqueda clave relacionados con la aplicación tales como “Socios Ecuador”, “Inversionista Ecuador” entre otros relacionados. También se usará la red social Facebook ya que esta presenta una gran cantidad de usuarios y es de un uso más general, de igual forma permite la segmentación de contenido acorde al compartido por el usuario. Twitter también será parte de este plan de redes, ya que creemos que es una red donde sus usuarios son más participativos y manejan un comportamiento muy crítico. Finalmente, la publicidad vía Instagram que se focaliza en gran parte mediante hacia el marketing visual tendrá un pequeño espacio para llegar a captar posibles clientes.

La empresa evaluará la eficacia de este plan de marketing mediante un indicador llamado Engagement Rate que mide el nivel de interacción directa de los seguidores con las páginas de la compañía.

En lo referente a los costos de la publicidad, este tipo de publicidad es muy flexible y ofrece campañas personalizadas, es decir que el presupuesto a gastar, es asignado por la misma empresa. Normalmente parte de los \$10 diarios.

Contactar con influencers en el sector del emprendimiento y tecnología con cierto reconocimiento o autoridad sobre los servicios que ofrecen en la aplicación.

Actualmente el 92% de las personas confía más en el contenido generado por otros usuarios que en la publicidad tradicional, según un estudio de consumidores de Nielsen. Son datos secundados por el reciente Estudio Anual de Redes Sociales 2016 de IAB España, que afirma que un 85% de los encuestados sigue a influencers a través de redes sociales.(IAB España, 2018)

En Ecuador destacan políticos, presentadores, actores y periodistas deportivos como los personajes con más influencia en las redes sociales. Y cobran un promedio de \$100 por post o recomendación. Se planea realizar 2 post mensuales durante el primer año de funcionamiento de la plataforma. El uso de los influencers se dará principalmente para aumentar el número de fans en las distintas redes disponibles de la empresa.

A continuación, se detallan los intervalos de publicación correspondientes a cada tipo de red social o utilidad del internet, además de su tasa de interacción.

Tabla 21

Plan de marketing a través del internet

Tipo	Descripción	Engagement Rate	Intervalos de publicación
LinkedIn	Es una red social de uso profesional, permite segmentar a los usuarios por edad, experiencia laboral, empresa, puesto de trabajo e intereses.	1.09%	2 días por semana
Facebook	Es una red social de uso general, permite segmentar a los usuarios por edad, contenidos de interés.	0.17%	2 días por semana
Google Ads	Forma parte del buscador de Google, permite segmentar por palabras claves de búsqueda y contenidos de interés.	1.91%	2 día por semana
Twitter	Es una red social considerada también una red de información instantánea de uso general, permite segmentar a los usuarios por edad, contenidos de interés.	0.05%	1 día por semana
Instagram	Es una red social en constante crecimiento y genera mucho valor agregado al momento de detallar gráficamente un producto.	1.73%	1 día por semana
Personaje influyente	Se realizaran publicaciones y recomendaciones a través de personajes influyentes en el país		2 publicaciones por mes

Nota: Elaboración propia.

5.11 Implementación de la estrategia

Se realizará una campaña intensiva por las redes sociales, esta deberá ser replicada por las personas influyentes contratadas con dos publicaciones mensuales durante el primer año de vida de la plataforma.

5.12 Control de la estrategia

El control de la estrategia se va a realizar mediante los datos analíticos que ofrecen las plataformas sociales, como el número de interacciones y reacciones que va generando la aplicación a lo largo del año, también el número de descargas de la aplicación. Y los proyectos que se van subiendo a la plataforma.

Capítulo 6

6. Análisis Financiero

6.1 Presentación de Gastos y Costos

6.1.1 Gastos Preoperativos

6.1.1.1 Detalle de gastos de constitución de la empresa

Tabla 22

Gastos de constitución de la empresa

Constitución de la empresa	
Proceso	Costo
Gastos notariales de constitución	\$ 286.94
Gastos notariales de anotación al margen	\$ 100.00
Inscripción Registro Mercantil	\$ 80.00
Nombramiento Registro Mercantil	\$ 40.00
Costo total	\$ 506.94

Nota: Elaborado por Abg. Yamel Romero.

6.1.1.2 Detalle de gastos de la propiedad intelectual

Tabla 23

Costos correspondientes al registro de la propiedad intelectual en el Ecuador

Registros IEPI	
Proceso	Costo
Búsqueda fonética	\$ 16.00
Logo de marca	\$ 208.00
Búsqueda fonética	\$ 16.00
Nombre comercial	\$ 208.00
Búsqueda fonética	\$ 16.00
Lema comercial	\$ 208.00
Patente de software	\$ 20.00
Costo total de registros	\$ 692.00

Nota: La búsqueda fonética es un proceso que realiza el IEPI para evitar la coincidencia de datos al momento del registro. Elaboración propia.

6.1.1.3 Gastos de adecuación

Tabla 24

Gastos de instalación de la fibra óptica

Detalle	Valor
Instación de fibra optica	\$ 120.00
Total	\$ 120.00

Nota: Adaptado de CNT. Elaboración propia

6.1.1.4 Otros gastos

Tabla 25

Gastos adicionales

Detalle	Valor
Licencia de la cuenta de desarrollador en Google Play Store	\$ 25.00
Registro de la firma electronica	\$ 30.24
Total	\$ 55.24

Nota: Tomado de Google Inc. Y BCE. Elaboración propia

6.1.2 Gastos de inversión fija

6.1.2.1 Detalle de costos de desarrollo de la aplicación

Tabla 26

Proforma de desarrollo de aplicación móvil Impulsec

Descripción	Valor
Plataformas	\$ 6,318.72
Estado actual	\$ 947.81
Tamaño del proyecto	\$ 1,579.68
Registro de usuarios	\$ 379.12
Almacenamiento local	\$ 442.31
Servicios web	\$ 315.94
Servicios web externos	\$ 315.94
Notificaciones push	\$ 1,579.68
Estadísticas	\$ 94.78
Administrador de contenidos	\$ 3,159.36
Monetización	\$ 1,579.68
Diseño gráfico	\$ 315.94
Tiempo	\$ 315.94
Total	\$ 17,344.90
ISD	\$ 867.25
Total General	\$ 18,212.15

Nota: Proforma enviada por Yemplet..

6.1.2.2 Costos de Equipo de Computación

Tabla 27

Equipos de computación necesarios para el proyecto

Detalle	Cantidad	Precio			
		Unitario	Precio Total	IVA	Total
Laptop Dell 3467	2	\$ 580.00	\$ 1,160.00	\$ 139.20	\$ 1,299.20
Telefono Samsung J7 Pro	2	\$ 295.00	\$ 590.00	\$ 70.80	\$ 660.80
Token	1	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 2.64	\$ 24.64
Total		\$ 897.00	\$ 1,772.00	\$ 212.64	\$ 1,984.64

Nota: Tomado de Mercado Libre Ecuador. Elaboración propia

6.1.3 Costos Directos

6.1.3.1 Costos de servicios a contratar

Tabla 28

Costos de servicios mensuales necesarios para el proyecto

Detalle	Cantidad	Precio	IVA	Total
Plan de internet movil llamadas ilimitadas, 1.5GB de datos	1	\$ 24.99	\$ 3.00	\$ 27.99
Plan internet fijo 10MB fibra optica	1	\$ 24.90	\$ 2.99	\$ 27.89
Total		\$ 49.89	\$ 5.99	\$ 55.88

Nota: Adaptado de CNT. Elaboración propia

Estos servicios serán contratados a través del proveedor de telecomunicaciones CNT. El cual incluye llamadas ilimitadas a todas las operadoras, y el servicio de internet fijo es sin límites de datos, facilitando a los administradores estar al tanto de la plataforma sin importar el lugar donde se encuentre.

6.1.3.2 Costos de Nómina

Tabla 29

Costos de nómina

Administrador de la aplicación	Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldo Base	Salario recibido por el administrador	\$ 400.00	\$ 4,800.00
Aporte Patronal IESS	11.15%	\$ 44.60	\$ 535.20
Decimo tercer sueldo	Un salario adicional	\$ 33.33	\$ 400.00
Decimo cuarto sueldo	Un salario básico adicional	\$ 33.33	\$ 400.00
Fondo de reserva	8.33%	\$ 33.32	\$ 399.84
IECE	0.50%	\$ 2.00	\$ 24.00
SECAP	0.50%	\$ 2.00	\$ 24.00
Total		\$ 548.59	\$ 6,583.04
Cantidad de trabajadores	2	\$ 1,097.17	\$ 13,166.08

Nota: Adaptado de IESS. El pago del fondo de reserva se excluye durante el primer año del trabajador en la empresa. Elaboración propia.

6.1.3.3 Costos de comisión

Tabla 30

Costos de comisión del uso del botón de pagos Paymentez

Detalle	Valor	Estimación de uso	Ponderación
Botón de pago con tarjeta de débito	\$ 0.56	75%	\$ 0.42
Botón de pago con tarjeta de crédito	\$ 1.68	25%	\$ 0.42
Total Ponderado			\$ 0.84

Nota: Adaptado de Paymentez. Elaboración propia

El único valor asumido por la empresa será la comisión que factura el proveedor Paymentez por brindar sus servicios del botón de pago, como se mencionó en la encuesta se proyecta que el 75% de usuarios usarán el pago con tarjeta de débito mientras en 25% lo harán con tarjeta de crédito. El usuario final tendrá que cancelar las comisiones dependiendo del banco emisor.

6.1.3.4 Costo del Hosting

Tabla 31

Costo de hosting y dominio

Detalle	Valor	Frecuencia
Hosting 10GB de almacenamiento	\$ 75.00	Anual
Total	\$ 75.00	

Nota: Tomado de Hostingec. Elaboración propia

6.1.4 Costos Indirectos

6.1.4.1 Costos del plan de marketing

Tabla 32

Costos del plan de marketing

Tipo	Presupuesto asignado mensual	Presupuesto asignado anual
LinkedIn	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Facebook	\$ 80.00	\$ 960.00
Google Ads	\$ 80.00	\$ 960.00
Twitter	\$ 40.00	\$ 480.00
Instagram	\$ 40.00	\$ 480.00
Personaje influyente	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Total	\$ 560.00	\$ 6,720.00

Nota: Elaboración propia.

6.1.4.2 Costos de mantenimiento de la aplicación

Tabla 33

Costo estimado del mantenimiento de la aplicación anual

Detalle	Valor	Frecuencia
Mantenimiento de la App	\$ 300.00	Anual
Total	\$ 300.00	

Nota: Tomado de Yemplet. Elaboración propia

6.1.5 Gastos

6.1.5.1 Gastos del contador

Tabla 34

Costo estimado de un contador externo

Detalle	Valor	Frecuencia
Contador externo	\$ 300.00	Mensual
Total	\$ 300.00	

Nota: Tomado de Yemplet. Elaboración propia

6.1.5.2 Gastos de renovación de la firma electrónica

Tabla 35

Costo correspondiente a la renovación de la firma electrónica de la empresa

Detalle	Valor	Frecuencia
Renovación de firma electrónica	\$ 20.16	Cada 2 años
Total	\$ 20.16	

Nota: Tomado de BCE. Elaboración propia

6.1.5.3 Gastos de la renovación de equipos

Tabla 36

Gasto correspondiente a la renovación de equipos

Detalle	Valor	Frecuencia
Renovación de equipos de computo	\$ 1,984.64	Cada 3 años
Total	\$ 1,984.64	

6.1.6 Resumen de costos

Tabla 37

Resumen de costos y gastos de Impulsec

Costos Directos	Valor	Frecuencia
Mano de obra directa	\$ 1,097.17	Mensual
Comisión del botón de pagos	\$ 0.84	Al momento de la transacción
Servicios de telefonía e internet	\$ 111.75	Mensual
Host web	\$ 75.00	Anual
Costos Indirectos	Valor	Frecuencia
Mantenimiento de la aplicación	\$ 300.00	Anual
Costo de Marketing	\$ 560.00	Mensual
Gastos	Valor	Frecuencia
Contador externo	\$ 300.00	Mensual
Renovación de firma electrónica	\$ 20.16	Cada dos años
Renovación de equipos de computo	\$ 1,984.64	Cada tres años

Nota: Elaboración propia

6.2 Depreciación

Los equipos de computación tendrán una depreciación de tres años, luego de esto se planea renovar estos equipos basados en una proyección en base a la inflación que se demostrara en los libros financieros.

Tabla 38

Depreciación de equipos de cómputo correspondiente al periodo 2018-2020

Año	Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor Residual
Momento de la adquisición	\$ -	\$ -	\$ 1,984.64
2018	\$ 661.55	\$ 661.55	\$ 1,323.09
2019	\$ 661.55	\$ 1,323.09	\$ 661.55
2020	\$ 661.55	\$ 1,984.64	\$ -

Nota: Elaboración propia.

Tabla 39

Depreciación de equipos de cómputo correspondiente al periodo 2021-2023

Año	Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor Residual
Momento de la adquisición	\$ -	\$ -	\$ 1,989.38
2021	\$ 663.13	\$ 663.13	\$ 1,326.25
2022	\$ 663.13	\$ 1,326.25	\$ 663.13
2023	\$ 663.13	\$ 1,989.38	\$ -

Nota: Elaboración propia.

6.3 Inversión Inicial

Tabla 40

Detalle de la inversión inicial

Gastos Preoperativos	Valor
Constitución de la empresa	\$ 506.94
Registros IEPI	\$ 692.00
Instalación del Internet en el domicilio de los empleados	\$ 120.00
Licencia de la cuenta de desarrollador en Google Play Store	\$ 25.00
Registro de firma electrónica	\$ 30.24
Subtotal	\$ 1,374.18
Inversión Fija	
Desarrollo de la aplicación móvil	\$ 18,212.15
Equipos de computación	\$ 1,960.00
Token	\$ 24.64
Subtotal	\$ 20,196.79
Capital de trabajo	
Contador Externo	\$ 275.00
Gastos de Marketing Personal	\$ 1,030.53
Botón de pagos	\$ 376.67
Host web	\$ 75.00
Internet y telefonía	\$ 111.75
Subtotal	\$ 2,428.96
Total General	\$ 23,999.92

Nota: Elaboración propia.

6.4 Financiamiento

El proyecto se financiará al 100% por capital propio de sus dos accionistas cada uno con una aportación de \$11,999.96.

6.5 Proyección de indicadores de demanda

Tabla 41

Proyección de indicadores de demanda

Variable	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Crecimiento poblacional del mercado objetivo	1.89%	1.86%	1.82%	2.15%	2.15%	2.15%
Variación TEA	0.33%	-1.40%	-1.42%	-1.44%	-1.46%	-1.48%
Variación Negocios de negocios establecidos	-12%	-7.27%	-7.84%	-8.51%	-9.30%	-10.25%
Crecimiento proyectado mercado Android	3.49%	2.56%	2.50%	2.44%	2.38%	2.32%
Crecimiento proyectado de los usuarios de redes sociales	6.50%	5.73%	4.69%	4.14%	4.13%	3.80%

Nota: Elaboración propia.

6.1 Proyección de variables que influyen en la estimación de costos

Tabla 42

Indicadores que influyen sobre los costos

Variable	2019	2020	2021	2022	2023
Variación SBU	5.27%	3.71%	3.58%	3.45%	3.34%
Inflación proyectada Ecuador	0.48%	0.08%	-0.32%	-0.72%	-1.12%
Inflación proyectada Mexico	3.85%	3.82%	3.80%	3.77%	3.75%

Nota: SBU Salario Básico Unificado; la Variación SUB afectara el incremento de sueldos, la inflación del Ecuador afectara el resto de costos a excepción del mantenimiento de la aplicación que será realizado por el desarrollador en México y por consecuencia su variación se afectara con la inflación de dicho país. Elaboración propia.

6.2 Proyección de demanda

Tabla 43

Proyección de demanda

Descripción de las variables	Tasa Base	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Población de 22 a 55 años		7,500,035	7,639,280	7,778,503	7,945,750	8,116,607	8,291,150
Población que pertenece a un estrato social A, B y C+ (se descuenta el porcentaje del no uso de internet.)	33.40%	2,504,712	2,696,666	2,745,811	2,804,850	2,865,162	2,926,776
Participación de Android en el mercado Ecuatoriano	74%	1,853,487	2,046,641	2,082,640	2,126,157	2,170,647	2,216,129
TEA Tasa Temprana de Emprendimiento	29.70%	548,632	599,290	601,171	604,892	608,523	612,059
TEA (-) La tasa de negocios establecidos	13.23%		531,994	533,425	542,716	551,780	560,828
Resultado de las encuestas	41.93%	230,041	223,065	223,665	227,561	231,362	235,155
La tasa de interacción con las marcas en las redes sociales	1.01%	2,323	2,382	2,365	2,393	2,433	2,465
Demanda Proyectada	19.30%	448	460	456	462	470	476
Crecimiento estimado de la demanda			2.52%	-0.71%	1.20%	1.66%	1.32%

Nota: Demanda es igual a: (Población x % Estrato Social x % x Participación de Android x % TEA actual) - (Negocios que lograron establecerse de la TEA del periodo anterior) x % de aceptación del producto x % Interacción en redes sociales + crecimiento del uso de redes sociales. Solo durante el 2018 se tomara en cuenta toda la TEA.

Elaboración propia.

6.3 Flujo de caja proyectado

Tabla 44

Flujo de caja

Descripción	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Precio		\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 77.00	\$ 77.00	\$ 77.00	\$ 77.00
Cantidad Vendida		448	460	456	462	470	476
(=)Ventas netas		\$ 33,631.48	\$ 34,478.61	\$ 35,146.84	\$ 35,569.32	\$ 36,159.85	\$ 36,637.81
(+)Ingresos por destacar proyectos			\$ 182.14	\$ 180.85	\$ 183.02	\$ 186.06	\$ 188.52
(+)Ingresos por publicidad			\$ 1,085.18	\$ 1,086.05	\$ 1,082.58	\$ 1,074.78	\$ 1,062.74
(=)Ingresos totales		\$ 33,631.48	\$ 35,745.93	\$ 36,413.74	\$ 36,834.92	\$ 37,420.69	\$ 37,889.07
Comisión del botón de pagos		\$ 376.67	\$ 388.01	\$ 383.73	\$ 386.79	\$ 391.63	\$ 395.21
(+)Gastos de venta		\$ 376.67	\$ 388.01	\$ 383.73	\$ 386.79	\$ 391.63	\$ 395.21
Salarios		\$ 12,366.40	\$ 13,860.16	\$ 14,590.84	\$ 15,132.00	\$ 15,673.15	\$ 16,214.31
(+)Gastos de personal		\$ 12,366.40	\$ 13,860.16	\$ 14,590.84	\$ 15,132.00	\$ 15,673.15	\$ 16,214.31
Campaña Publicitaria		\$ 6,720.00	\$ 6,752.26	\$ 6,757.66	\$ 6,736.03	\$ 6,687.53	\$ 6,612.63
(+)Gastos de publicidad		\$ 6,720.00	\$ 6,752.26	\$ 6,757.66	\$ 6,736.03	\$ 6,687.53	\$ 6,612.63
Gastos contables		\$ 3,600.00	\$ 3,617.28	\$ 3,620.17	\$ 3,608.59	\$ 3,582.61	\$ 3,542.48
(+)Mantenimiento de la app		\$ 315.00	\$ 343.47	\$ 356.60	\$ 370.14	\$ 384.11	\$ 398.51
(+)Servicios de telefonía e internet		\$ 1,341.12	\$ 1,347.56	\$ 1,348.64	\$ 1,344.32	\$ 1,334.64	\$ 1,319.69
(+)Renovación de certificado electrónico				\$ 20.18		\$ 19.97	
(+)Renovación del Host de almacenamiento		\$ 75.00	\$ 75.36	\$ 75.42	\$ 75.18	\$ 74.64	\$ 73.80
(+)Renovación de Equipos de computo					\$ 1,989.38		
(+)Gastos Varios		\$ 5,331.12	\$ 5,383.67	\$ 5,421.01	\$ 7,387.61	\$ 5,395.96	\$ 5,334.48
(=)Total de Egresos		\$ 24,794.19	\$ 26,384.10	\$ 27,153.23	\$ 29,642.42	\$ 28,148.28	\$ 28,556.63
Utilidad antes de depreciación		\$ 8,837.29	\$ 9,361.83	\$ 9,260.51	\$ 7,192.50	\$ 9,272.41	\$ 9,332.44
Depreciación		\$ 661.55	\$ 661.55	\$ 661.55	\$ 663.13	\$ 663.13	\$ 663.13
Utilidad operacional		\$ 8,175.74	\$ 8,700.28	\$ 8,598.96	\$ 6,529.37	\$ 8,609.29	\$ 8,669.31
(-)Participación de empleados (15%)		\$ 1,226.36	\$ 1,305.04	\$ 1,289.84	\$ 979.41	\$ 1,291.39	\$ 1,300.40
(=)Utilidad antes de impuestos		\$ 6,949.38	\$ 7,395.24	\$ 7,309.12	\$ 5,549.97	\$ 7,317.89	\$ 7,368.92
(-)Impuesto a la renta		\$ 1,528.86	\$ 1,626.95	\$ 1,608.01	\$ 1,220.99	\$ 1,609.94	\$ 1,621.16
(+)Exoneración del impuesto a renta		\$ 1,528.86	\$ 1,626.95	\$ 1,608.01	\$ 1,220.99	\$ 1,609.94	\$ 1,621.16
(=)Ganancias netas		\$ 6,949.38	\$ 7,395.24	\$ 7,309.12	\$ 5,549.97	\$ 7,317.89	\$ 7,368.92
(+)Depreciación		\$ 661.55	\$ 661.55	\$ 661.55	\$ 663.13	\$ 663.13	\$ 663.13
Gastos Preoperativos	\$ (1,374.18)						
()Inversión Fija	\$ (20,196.79)						
Capital de trabajo	\$ (2,428.96)						
(=)Flujo de caja del periodo	\$ (23,999.92)	\$ 7,610.93	\$ 8,056.78	\$ 7,970.66	\$ 6,213.09	\$ 7,981.02	\$ 8,032.04
(=)Flujo de caja acumulado	\$ (23,999.92)	\$ (16,389.00)	\$ (8,332.21)	\$ (361.55)	\$ 5,851.54	\$ 13,832.56	\$ 21,864.60

Nota: Elaboración propia.

6.4 Estado de resultado

Tabla 45

Estado de resultado

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Precio	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 77.00	\$ 77.00	\$ 77.00	\$ 77.00
Cantidad Vendida	448	460	456	462	470	476
(=)Ventas netas	\$33,631.48	\$ 34,478.61	\$35,146.84	\$35,569.32	\$36,159.85	\$36,637.81
(+)Ingresos por destacar proyectos		\$ 182.14	\$ 180.85	\$ 183.02	\$ 186.06	\$ 188.52
(+)Ingresos por publicidad		\$ 1,085.18	\$ 1,086.05	\$ 1,082.58	\$ 1,074.78	\$ 1,062.74
(=)Ingresos totales	\$33,631.48	\$ 35,745.93	\$36,413.74	\$36,834.92	\$37,420.69	\$37,889.07
Comisión del botón de pagos	\$ 376.67	\$ 388.01	\$ 383.73	\$ 386.79	\$ 391.63	\$ 395.21
(=)Gastos de venta	\$ 376.67	\$ 388.01	\$ 383.73	\$ 386.79	\$ 391.63	\$ 395.21
Salarios	\$12,366.40	\$ 13,860.16	\$14,590.84	\$15,132.00	\$15,673.15	\$16,214.31
(=)Gastos de personal	\$12,366.40	\$ 13,860.16	\$14,590.84	\$15,132.00	\$15,673.15	\$16,214.31
Campaña Publicitaria	\$ 6,720.00	\$ 6,752.26	\$ 6,757.66	\$ 6,736.03	\$ 6,687.53	\$ 6,612.63
(=)Gastos de publicidad	\$ 6,720.00	\$ 6,752.26	\$ 6,757.66	\$ 6,736.03	\$ 6,687.53	\$ 6,612.63
Gastos Contables	\$ 3,600.00	\$ 3,617.28	\$ 3,620.17	\$ 3,608.59	\$ 3,582.61	\$ 3,542.48
(+)Mantenimiento de la app	\$ 315.00	\$ 343.47	\$ 356.60	\$ 370.14	\$ 384.11	\$ 398.51
(+)Servicios de telefonía e internet	\$ 1,341.12	\$ 1,347.56	\$ 1,348.64	\$ 1,344.32	\$ 1,334.64	\$ 1,319.69
(+)Renovación de certificado electrónico	\$ -	\$ -	\$ 20.18	\$ -	\$ 19.97	\$ -
(+)Renovación del Host de almacenamiento	\$ 75.00	\$ 75.36	\$ 75.42	\$ 75.18	\$ 74.64	\$ 73.80
(+)Renovación de Equipos de computo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,989.38	\$ -	\$ -
(=)Gastos Varios	\$ 5,331.12	\$ 5,383.67	\$ 5,421.01	\$ 7,387.61	\$ 5,395.96	\$ 5,334.48
(=)Total de Egresos	\$24,794.19	\$ 26,384.10	\$27,153.23	\$29,642.42	\$28,148.28	\$28,556.63
Utilidad antes de depreciación	\$ 8,837.29	\$ 9,361.83	\$ 9,260.51	\$ 7,192.50	\$ 9,272.41	\$ 9,332.44
Depreciación	\$ 661.55	\$ 661.55	\$ 661.55	\$ 663.13	\$ 663.13	\$ 663.13
Utilidad operacional	\$ 8,175.74	\$ 8,700.28	\$ 8,598.96	\$ 6,529.37	\$ 8,609.29	\$ 8,669.31
(-)Participación de empleados (15%)	\$ 1,226.36	\$ 1,305.04	\$ 1,289.84	\$ 979.41	\$ 1,291.39	\$ 1,300.40
(=)Utilidad antes de impuestos	\$ 6,949.38	\$ 7,395.24	\$ 7,309.12	\$ 5,549.97	\$ 7,317.89	\$ 7,368.92
(-)Impuesto a la renta	\$ 1,528.86	\$ 1,626.95	\$ 1,608.01	\$ 1,220.99	\$ 1,609.94	\$ 1,621.16
(+)Exoneración del impuesto a renta	\$ 1,528.86	\$ 1,626.95	\$ 1,608.01	\$ 1,220.99	\$ 1,609.94	\$ 1,621.16
(=)Ganancias netas	\$ 6,949.38	\$ 7,395.24	\$ 7,309.12	\$ 5,549.97	\$ 7,317.89	\$ 7,368.92
(+)Depreciación	\$ 661.55	\$ 661.55	\$ 661.55	\$ 663.13	\$ 663.13	\$ 663.13
(=)Utilidad Neta	\$ 7,610.93	\$ 8,056.78	\$ 7,970.66	\$ 6,213.09	\$ 7,981.02	\$ 8,032.04

Nota: Elaboración propia

6.5 Balance General

Tabla 46

Balance General

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Activos						
Activos Corrientes	\$ 36,060.44	\$ 38,935.98	\$ 40,409.47	\$ 41,627.72	\$ 42,834.80	\$ 44,101.28
Bancos	\$ 36,060.44	\$ 38,935.98	\$ 40,409.47	\$ 41,627.72	\$ 42,834.80	\$ 44,101.28
Activos Fijos	\$ 1,323.09	\$ 661.55	\$ -	\$ 1,326.25	\$ 663.13	\$ -
Equipos de computación y Telefonía	\$ 1,984.64	\$ 1,984.64	\$ 1,984.64	\$ 1,989.38	\$ 1,989.38	\$ 1,989.38
(-) Depreciación acumulada	\$ 661.55	\$ 1,323.09	\$ 1,984.64	\$ 663.13	\$ 1,326.25	\$ 1,989.38
Activos Intangibles	\$ 18,212.15	\$ 18,212.15	\$ 18,212.15	\$ 18,212.15	\$ 18,212.15	\$ 18,212.15
Aplicación móvil	\$ 18,212.15	\$ 18,212.15	\$ 18,212.15	\$ 18,212.15	\$ 18,212.15	\$ 18,212.15
Activos Diferidos	\$ 1,374.18	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Documentación legal y operativa de la empresa	\$ 1,374.18					
Total de Activos	\$ 56,969.86	\$ 57,809.68	\$ 58,621.61	\$ 61,166.11	\$ 61,710.07	\$ 62,313.43
Pasivos						
Pasivos Corto Plazo	\$ 27,394.73	\$ 27,689.15	\$ 28,443.07	\$ 30,621.83	\$ 29,439.67	\$ 29,857.03
Cuentas por pagar	\$ 12,427.79	\$ 12,523.94	\$ 12,562.39	\$ 14,510.43	\$ 12,475.12	\$ 12,342.32
Sueldos y beneficios sociales por pagar	\$ 12,366.40	\$ 13,860.16	\$ 14,590.84	\$ 15,132.00	\$ 15,673.15	\$ 16,214.31
Participación por pagar	\$ 1,226.36	\$ 1,305.04	\$ 1,289.84	\$ 979.41	\$ 1,291.39	\$ 1,300.40
Gastos Preoperativos	\$ 1,374.18	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivos a largo plazo	\$ 6,849.83	\$ 7,251.11	\$ 7,173.60	\$ 5,591.78	\$ 7,182.92	\$ 7,228.84
Pago de dividendos (90% de las utilidades)	\$ 6,849.83	\$ 7,251.11	\$ 7,173.60	\$ 5,591.78	\$ 7,182.92	\$ 7,228.84
Total de pasivos	\$ 34,244.57	\$ 34,940.25	\$ 35,616.67	\$ 36,213.61	\$ 36,622.59	\$ 37,085.87
Patrimonio						
Capital	\$ 2,428.96	\$ 3,190.05	\$ 3,995.73	\$ 4,792.80	\$ 5,414.11	\$ 6,212.21
Utilidad después de dividendos (10%)	\$ 761.09	\$ 805.68	\$ 797.07	\$ 621.31	\$ 798.10	\$ 803.20
Activos de propiedad de la empresa	\$ 19,535.24	\$ 18,873.69	\$ 18,212.15	\$ 19,538.40	\$ 18,875.27	\$ 18,212.15
Total Patrimonio	\$ 22,725.29	\$ 22,869.42	\$ 23,004.94	\$ 24,952.50	\$ 25,087.48	\$ 25,227.56
Pasivo + Patrimonio	\$ 56,969.86	\$ 57,809.68	\$ 58,621.61	\$ 61,166.11	\$ 61,710.07	\$ 62,313.43
Activo - (Pasivo + Patrimonio)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Nota: Elaboración propia.

6.6 Indicadores Financieros

6.6.1 TIR y VNA

Tabla 47

Resultado del Flujo de caja

Descripción	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022	2023
(=)Flujo de caja del periodo	\$ (23,999.92)	\$ 7,610.93	\$ 8,056.78	\$ 7,970.66	\$ 6,213.09	\$ 7,981.02	\$ 8,032.04

Nota: Elaboración propia.

Tabla 48

Criterios para el cálculo de la TMAR

Criterio	Valor
Inflación	-0.20%
Riesgo País	6.90%
Tasa de rentabilidad del dinero actual	8.50%
Total	15.20%

Nota: Elaboración propia.

Resultados

TIR: 22.41%

VNA: \$ 4,789.19

La Tasa Interna de Retorno (TIR) calcula la tasa de retorno usando como base la inversión inicial y el valor las utilidades finales de cada periodo. Como se muestra el TIR es superior a la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) que es lo que espera un inversionista como mínimo para recibir. Por lo tanto, usando este indicador el proyecto se considera rentable.

Mientras tanto el Valor Neto Actual (VNA) mide la cantidad de dinero que se genera mediante esta inversión una vez recuperado el valor de la inversión. Si este valor es mayor a 1 se debería dar por aceptado el proyecto. De igual forma que lo muestra el proyecto.

6.6.2 Payback

Tabla 49

Payback

Año	Flujo	
	Flujo Actual	Acumulado
0	\$ (23,999.92)	\$ (23,999.92)
1	\$ 7,610.93	\$ (16,389.00)
2	\$ 8,056.78	\$ (8,332.21)
3	\$ 7,970.66	\$ (361.55)
4	\$ 6,213.09	\$ 5,851.54
5	\$ 7,981.02	\$ 13,832.56
6	\$ 8,032.04	\$ 21,864.60

Nota: Elaboración propia.

El Payback mide el tiempo que toma recuperar la inversión inicial del proyecto, en este caso el resultado nos indica que se recupera al comienzo del cuarto año de trabajo.

6.6.3 Razón corriente

Tabla 50

Razón Corriente

Razón Corriente						
Formula: Activos Corrientes / Pasivos corrientes						
Año	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Activos corrientes	\$ 36,060.44	\$ 38,935.98	\$ 40,409.47	\$ 41,627.72	\$ 42,834.80	\$ 44,101.28
Pasivos corrientes	\$ 27,394.73	\$ 27,689.15	\$ 28,443.07	\$ 30,621.83	\$ 29,439.67	\$ 29,857.03
	\$ 1.32	\$ 1.41	\$ 1.42	\$ 1.36	\$ 1.46	\$ 1.48

Nota: Elaboración propia.

Este cuadro indica cuanto posee la empresa por cada dólar para pagar sus obligaciones en el respectivo periodo. Como se puede notar la empresa no tendría ningún problema con sus obligaciones.

6.6.4 ROA

Tabla 51

ROA

ROA						
Formula: Utilidad Neta / Activos						
Año	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad	\$ 7,610.93	\$ 8,056.78	\$ 7,970.66	\$ 6,213.09	\$ 7,981.02	\$ 8,032.04
Activos	\$ 56,969.86	\$ 57,809.68	\$ 58,621.61	\$ 61,166.11	\$ 61,710.07	\$ 62,313.43
	13.36%	13.94%	13.60%	10.16%	12.93%	12.89%

Nota: Elaboración propia.

Este indicador mide el retorno sobre los activos, es decir cuánto porcentaje genera la empresa por sus activos.

6.6.5 ROE

Tabla 52

ROE

ROE						
Formula: Utilidad Neta / Patrimonio						
Año	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Neta	\$ 7,610.93	\$ 8,056.78	\$ 7,970.66	\$ 6,213.09	\$ 7,981.02	\$ 8,032.04
Patrimonio	\$22,725.29	\$22,869.42	\$23,004.94	\$24,952.50	\$25,087.48	\$25,227.56
	33.49%	35.23%	34.65%	24.90%	31.81%	31.84%

Nota: Elaboración propia.

Este indicador mide el retorno sobre el patrimonio, es decir cuánto porcentaje genera la empresa por sus patrimonios.

6.6.6 Capital de trabajo neto

Tabla 53

Capital de trabajo neto

Capital de trabajo neto						
Formula: Activos Corrientes - Pasivos Corriente						
Año	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Activos corrientes	\$36,060.44	\$38,935.98	\$40,409.47	\$41,627.72	\$42,834.80	\$44,101.28
Pasivos corrientes	\$27,394.73	\$27,689.15	\$28,443.07	\$30,621.83	\$29,439.67	\$29,857.03
	\$ 8,665.71	\$11,246.84	\$11,966.39	\$11,005.89	\$13,395.12	\$14,244.25

Nota: Elaboración propia.

Este indicador muestra con que cantidad de dinero dispone la empresa para el periodo inmediato una vez cancelado todos sus pasivos.

Tabla 54

6.6.1 Punto de equilibrio

Punto de equilibrio en el Precio

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Precio	\$ 55.29	\$ 54.64	\$ 56.71	\$ 61.43	\$ 57.26	\$ 57.39
Cantidad Vendida	448	460	456	462	470	476
(=)Ventas netas	\$24,794.19	\$ 25,116.78	\$25,886.33	\$28,376.82	\$26,887.44	\$27,305.37
(+)Ingresos por destacar proyectos		\$ 182.14	\$ 180.85	\$ 183.02	\$ 186.06	\$ 188.52
(+)Ingresos por publicidad		\$ 1,085.18	\$ 1,086.05	\$ 1,082.58	\$ 1,074.78	\$ 1,062.74
(=)Ingresos totales	\$24,794.19	\$ 26,384.10	\$27,153.23	\$29,642.42	\$28,148.28	\$28,556.63
(=)Total de Egresos	\$24,794.19	\$ 26,384.10	\$27,153.23	\$29,642.42	\$28,148.28	\$28,556.63

Nota: Elaboración propia.

El punto de equilibrio muestra hasta qué valor la empresa puede vender sin registrar pérdidas.

Tabla 55

Punto de equilibrio en cantidades

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Precio	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 77.00	\$ 77.00	\$ 77.00	\$ 77.00
Cantidad Vendida	331	335	337	369	350	355
(=)Ventas netas	\$24,825.00	\$ 25,125.00	\$25,949.00	\$28,413.00	\$ 26,950.00	\$27,335.00
(+)Ingresos por destacar proyectos		\$ 182.14	\$ 180.85	\$ 183.02	\$ 186.06	\$ 188.52
(+)Ingresos por publicidad		\$ 1,085.18	\$ 1,086.05	\$ 1,082.58	\$ 1,074.78	\$ 1,062.74
(=)Ingresos totales	\$24,825.00	\$ 26,392.32	\$27,215.90	\$29,678.60	\$ 28,210.84	\$28,586.26
(=)Total de Egresos	\$24,794.19	\$ 26,384.10	\$27,153.23	\$29,642.42	\$ 28,148.28	\$28,556.63

Nota: Elaboración propia.

El punto de equilibrio muestra hasta qué cantidad debe vender la empresa para evitar registrar pérdidas.

Conclusiones

Este proyecto de titulación sobre el estudio para la creación de una plataforma virtual para inversionistas y emprendedores del Ecuador, fue planteado para que se funcional mediante una aplicación móvil, por consiguiente, se lo realizo considerando situaciones y costos reales, además de tomar en cuenta los distintos ámbitos que rodean al país, se realizó un análisis al detalle de todas las actividades que involucran la consecución de este proyecto.

Para una correcta elaboración de este proyecto fue necesario establecer las necesidades técnicas y de capital humano que envolvían a la empresa, por lo tanto, se tomó mucho en cuenta el detalle de los correspondientes capítulos, esto fue realmente importante para lograr una aceptable eficiencia en termino de tiempo y recursos.

Otro pilar fundamental de este trabajo fue el análisis de mercado. Se determinó bajo estudio, que una parte importante de la población está dispuesta a consumirlo. Si bien es cierto el producto se presenta como novedoso, el mercado está dotado de empresas con objetivo similar que es buscar financiar al emprendedor.

Se pudo determinar, que el proyecto cumple con una factibilidad económica, administrativa, técnica y comercial. Implementar este proyecto en Ecuador, bajo las circunstancias planteadas, generaría resultados positivos. Sin embargo, es necesario recalcar que las proyecciones para años posteriores se presentaron con un respaldo y no fueron inclinadas de forma empírica hacia un escenario negativo ni positivo. Dado esto se garantiza a los lectores la presentación de un proyecto de título bajo condiciones muy cercanas a la realidad.

Recomendaciones

Se debe aprovechar todos los beneficios que pueda llegar a brindar el modelo de la economía colaborativa y la distribución a través del internet. Principalmente sus bajos costos de operación.

Cabe recalcar que el mercado de las aplicaciones siempre está en constante innovación, sería importante considerar añadir a futuro nuevas funciones u otros roles de usuario con el fin de aumentar las alternativas al emprendedor ecuatoriano. La adaptación al mercado y a sus nuevos requerimientos es vital para la supervivencia empresarial.

El teletrabajo es relativamente nuevo en el Ecuador. Independientemente del proyecto presentado, se debería darle más cabida a esta modalidad por parte del mercado empresarial ecuatoriano.

Referencias

- 11 Marketing KPI Reports with Industry-Specific Benchmarks | Databox Blog. (2018). Recuperado el 21 de agosto de 2018, de <https://databox.com/industry-specific-marketing-kpi-benchmarks>
- 2018 Social Media Industry Benchmark Report. (2018). Recuperado el 21 de agosto de 2018, de <https://www.rivaliq.com/blog/2018-social-media-industry-benchmark-report/>
- Acolitame. (2018). Términos y Condiciones de Uso. Recuperado el 25 de junio de 2018, de <https://www.acolitame.org/terminos>
- AEI. (2018). Aliados AEI | AEI. Recuperado el 15 de junio de 2018, de <http://www.aei.ec/aliados-aei/>
- Agudelo, G., Aignerren, M., & Ruiz, J. (2008). DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL Y NO-EXPERIMENTAL. Recuperado de <https://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/download/6545/5996>
- Alexa. (2018, mayo 17). Top Sites in Ecuador - Alexa. Recuperado el 5 de junio de 2018, de <https://www.alexa.com/topsites/countries/EC>
- Alimentos y bebidas iconos. símbolo panecillo magdalena. plato con un tenedor y un cuchillo signo. taza de café caliente. Un círculo botones planos con el icono. (s/f). Recuperado el 12 de julio de 2018, de https://es.123rf.com/photo_50983761_alimentos-y-bebidas-iconos-símbolo-panecillo-magdalenaplato-plato-con-un-tenedor-y-un-cuchillo-signo.html
- ANDES. (2018). Ley de Fomento Productivo de Ecuador impulsará inversiones y fortalecerá a las Mipymes. Recuperado el 13 de junio de 2018, de <http://tinyurl.com/y8dswxrn>
- Android Developers. (2018a). Plataforma de Android. Recuperado el 12 de septiembre de 2018, de <https://developer.android.com/about/?hl=es-419>
- Android Developers. (2018b, mayo 4). Conoce Android Studio. Recuperado el 9 de agosto de 2018, de <https://developer.android.com/studio/intro/?hl=es-419>

Angel Investment Network. (2018a). Nuestra Póliza de Reembolso. Recuperado el 24 de julio de 2018, de <https://www.angelesinversionistas.com/reembolsos>

Angel Investment Network. (2018b). Quiénes somos. Recuperado el 24 de julio de 2018, de <https://www.angelesinversionistas.com/quienes-somos>

Angel Investment Network. (2018c). Términos de Uso del Sitio. Recuperado el 24 de julio de 2018, de <https://www.angelesinversionistas.com/terms-and-conditions>

Angeles EC. (2015, octubre 21). Proyecto de estatuto – ANGELES EC. Recuperado el 16 de agosto de 2018, de <http://angeles-ec.com/proyecto-de-estatuto/>

Arcotel. (2017, agosto 8). 46,4% de usuarios del Servicio Móvil Avanzado poseen un smartphone. Recuperado el 5 de junio de 2018, de <http://www.arcotel.gob.ec/464-de-usuarios-del-servicio-movil-avanzado-poseen-un-smartphone/>

AsoMóvil. (2017). HabitosDeUsoTelecomunicaciones_Colombia2017.pdf. Recuperado el 14 de junio de 2018, de http://www.asomovil.org/wp-content/uploads/2017/11/HabitosDeUsoTelecomunicaciones_Colombia2017.pdf

BanEcuador. (2018). A quiénes financiará BanEcuador. Recuperado el 13 de junio de 2018, de <https://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiara/>

Barney. (1991). Recuperado de https://business.illinois.edu/josephm/BA545_Fall%202011/S10/Barney%20%281991%29.pdf

Beltran i Cangròs, A. (2017). Informe_Economya_Colaborativa_Ostelea.pdf. Recuperado el 4 de junio de 2018, de https://static.hosteltur.com/web/uploads/2018/03/Informe_Economya_Colaborativa_Ostelea.pdf

Bolsa de Valores Guayaquil. (2018). Tarifarios de Servicios. Recuperado el 9 de agosto de 2018, de <https://www.bolsadevaloresguayaquil.com/infobvg/tarifarios.asp>

BuenTrip. (2018). Quienes Somos. Recuperado el 16 de agosto de 2018, de <http://www.buentriphub.com/quienes-somos/>

CAMARONERA PROVINCIA DEL GUAYAS. (s/f). Recuperado el 11 de julio de 2018, de <http://www.plusvalia.com/propiedades/cameronera-provincia-del-guayas-53646051.html>

Catapultados. (2018). Preguntas frecuentes. Recuperado el 25 de junio de 2018, de <https://catapultados.com/preguntas-frecuentes/>

Censos, I. N. de E. y. (2011). Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico. Recuperado el 23 de julio de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>

Censos, I. N. de E. y. (2018). Proyecciones Poblacionales. Recuperado el 23 de julio de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

CIIU. (2018). CIIU 4.0. Recuperado de <http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/f6fce8f9-0a4f-4665-b8fb-44727d30f9a0/CIIU.xls>

Congreso Nacional. (2002). Ley de comercio electrónico. Recuperado el 30 de julio de 2018, de http://www.oas.org/juridico/spanish/cyb_ecu_ley_comelectronico.pdf

Corraliza, P. A. (2013, diciembre 30). Las 4 etapas del Ciclo de Vida del Producto. Recuperado el 9 de agosto de 2018, de <https://www.pedroangelcorraliza.com/las-4-etapas-del-ciclo-de-vida-del-producto/>

¿Cuál es el porcentaje promedio de interacción en Facebook para tu industria? (2017). Recuperado el 20 de agosto de 2018, de <http://www.brandreportblog.com/cual-es-el-porcentaje-promedio-de-interaccion-en-facebook-para-tu-industria/>

¿Cuánto cuesta anunciarse en Google AdWords? - Posicionamiento SEO SEM. (2017, marzo 1). Recuperado el 28 de junio de 2018, de <https://www.snsmarketing.es/blog/cuanto-cuesta-anunciarse-google-adwords/>

Cultivainnovación | Concurso de Innovación para la Agricultura Familiar Campesina. (2018). Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://www.cultivainnovacion.org/>

Dell 3467, Core I5 Septima Gen,8gb Ram,1tera Disco,dvd - U\$S 580,00. (2018). Recuperado el 8 de julio de 2018, de https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-415754624-dell-3467-core-i5-septima-gen8gb-ram1tera-discodvd-_JM

- Díaz, S. (2009). Plataformas educativas. Recuperado el 23 de julio de 2018, de <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd4921.pdf>
- Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark. (2018). Recuperado el 5 de junio de 2018, de <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Diseño de estudios transversales | Metodología de la investigación, bioestadística y bioinformática en ciencias médicas y de la salud, 2e | AccessMedicina | McGraw-Hill Medical. (2014). Recuperado el 7 de junio de 2018, de <https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=1721§ionid=115929954>
- Doing Business. (2018). Doing Business 2018 Ecuador. Recuperado el 29 de mayo de 2018, de <http://espanol.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Profiles/Country/ECU.pdf>
- Drake, J. M. (2008). Proceso de desarrollo de aplicaciones software, 37.
- EcuRed. (2018). SDK - EcuRed. Recuperado el 9 de agosto de 2018, de <https://www.ecured.cu/SDK>
- El 41,2% de los hogares de Ecuador cuenta con internet fijo | Ecuador | Noticias | El Universo. (2018). Recuperado el 5 de junio de 2018, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/05/17/nota/6764079/412-hogares-ecuador-cuenta-internet-fijo>
- EL Comercio. (2018a, enero 17). 38 de cada 100 ecuatorianos tienen cuentas de ahorro, corriente o pólizas. Recuperado el 21 de julio de 2018, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatorianos-cuentas-ahorro-bce-cuentas.html>
- EL Comercio. (2018b, noviembre 4). La economía de Ecuador crecerá en un 2,0% en 2018, según la Cepal. Recuperado el 24 de julio de 2018, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/economia-ecuador-crecimiento-2018-cepal.html>
- El emprendimiento enfrenta una lista de tareas y desafíos. (2017). Recuperado el 5 de junio de 2018, de <http://www.revistalideres.ec/lideres/emprendimiento-enfrenta-lista-tareas-desafios.html>

- Emprendedores | AEI. (2018). Recuperado el 24 de julio de 2018, de <http://www.aei.ec/emprendedores/>
- Emprendedores.es. (2015, noviembre 23). Requisitos legales que debe cumplir una app. Recuperado el 3 de junio de 2018, de <http://www.emprendedores.es/gestion/requisitos-legales-app-lanzar-aplicacion>
- Estadísticas de Kickstarter — Kickstarter. (2018). Recuperado el 13 de agosto de 2018, de <https://www.kickstarter.com/help/stats?lang=es>
- Estadísticas de uso e impacto de las Redes Sociales | ceslava. (2017, enero 24). Recuperado el 21 de agosto de 2018, de <https://ceslava.com/blog/estadisticas-uso-e-impacto-las-redes-sociales/>
- Falla Aroche, S. (2008, abril 15). La importancia de las políticas de uso y privacidad en los sitios web. Recuperado el 20 de junio de 2018, de <http://www.maestrosdelweb.com/la-importancia-de-las-politicas-de-uso-y-privacidad-en-los-sitios-web/>
- FAVOLA HOSTING EN ECUADOR - Guayaquil :: Hosting en Ecuador. (2018). Recuperado el 7 de agosto de 2018, de <http://www.favolahosting.com/>
- García, F., & Ruiz, A. (2004). Análisis y propuesta de un modelo logístico para la empresa Productos Agropecuarios Santa Cecilia S. A. de C. V. Recuperado el 8 de junio de 2018, de http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/garcia_m_f/capitulo4.pdf
- Global Entrepreneurship Monitor. (2017). GEM Global Entrepreneurship Monitor. Recuperado el 3 de junio de 2018, de <https://www.gemconsortium.org/report/49812>
- Global Negotiator. (2014, junio 26). ¿Qué es un contrato de confidencialidad? - Modelo. Recuperado el 20 de junio de 2018, de <https://www.globalnegotiator.com/blog/que-es-un-contrato-de-confidencialidad/>
- Gómez, D. (2013, noviembre 26). Qué es el Marketing Mix y cómo preparar su propia receta. Recuperado el 23 de julio de 2018, de <https://bienpensado.com/que-es-marketing-mix/>
- Gómez, J. (2013, abril 4). Herramientas claves en un Plan de Marketing: Matriz PEST. Recuperado el 23 de julio de 2018, de

<https://laculturadelmarketing.com/herramientas-claves-en-un-plan-de-marketing-matriz-pest/>

Google Support. (2018). Ubicaciones admitidas para la distribución de aplicaciones a usuarios de Google Play - Ayuda de Play Console. Recuperado el 9 de agosto de 2018, de <https://support.google.com/googleplay/android-developer/table/3541286?hl=es>

Google Trends. (2018). Recuperado el 3 de julio de 2018, de </trends/explore>

Guayaquil Emprende. (2018). Recuperado el 25 de junio de 2018, de <http://www.guayaquilemprende.org/eventos-servicios/>

Guzmán, S. A., & Peláez, J. C. (s/f). Una aplicación del Análisis de Recursos y Capacidades en el ámbito de Instituciones de Educación Superior Universitaria, 10.

H. Congreso Nacional La Comisión Legislativa y Codificación. (1999). Ley de compañías. Recuperado el 12 de junio de 2018, de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf

AsoMóvil (2017). Hábitos De Uso de Telecomunicaciones móviles Colombia 2017. Recuperado de http://www.asomovil.org/wp-content/uploads/2017/11/HabitosDeUsoTelecomunicaciones_Colombia2017.pdf

Hazvaca. (2018). HazVaca.com - Crowdfunding en el Ecuador. Recuperado el 25 de junio de 2018, de <https://www.hazvaca.com/>

Heitzman, A. (2014, noviembre 25). 5 Best Ways for Funding a Startup. Recuperado el 28 de mayo de 2018, de <https://www.inc.com/adam-heitzman/5-best-ways-for-funding-a-startup.html>

IAB España. (2018, febrero 18). El 92% de los usuarios confían en la opinión de otros consumidores antes que en la publicidad de las marcas | Marketing Directo. Recuperado el 9 de agosto de 2018, de <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/el-92-de-los-usuarios-confian-en-la-opinion-de-otros-consumidores-antes-que-en-la-publicidad-de-las-marcas>

Ibarra Mares, A., & Castrillo Galván, A. (2013). Antecedentes Del Modelo Gem. Recuperado el 30 de mayo de 2018, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1363/modelo-gem.html>

- IEPI. (2018). ¿Cómo registro una marca? Recuperado el 20 de agosto de 2018, de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Impaqto. (2018). COWORKING| La mejor comunidad de CoWorking del Ecuador. Recuperado el 25 de junio de 2018, de <http://www.impaqto.net/coworking/>
- INDICADORES ECONÓMICOS. (2017, abril 17). Recuperado el 24 de julio de 2018, de <http://www.aebe.com.ec/2017/04/indicadores-economicos/>
- INEC. (2011). Estratos Sociales. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- INEC. (2016a). Directorio de empresas y establecimientos 2016. Recuperado el 21 de julio de 2018, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf
- INEC. (2016b). Tecnología de la información y de las telecomunicaciones 2016. Recuperado el 5 de junio de 2018, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf
- INEC. (2018, marzo 1). Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo. Recuperado el 5 de junio de 2018, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/032018_Presentacion_M_Laboral.pdf
- Instagram Money Calculator | Estimated Instagram Influencer Earnings per Post. (s/f). Recuperado el 21 de agosto de 2018, de <https://influencermarketinghub.com/instagram-money-calculator/>
- Instituto de emprendimiento y desarrollo global. (2018a). GEI 2018: Technical Annex. Recuperado de https://thegedi.org/wp-content/uploads/dlm_uploads/2017/12/2018-GEI-Technical-Annex.pdf
- Instituto de emprendimiento y desarrollo global. (2018b). Índice-Global-de-Emprendimiento-2018-.pdf. Recuperado el 27 de mayo de 2018, de <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2017/12/%C3%8Dndice-Global-de-Emprendimiento-2018-.pdf>

- INTEP. (2017). Investigación no experimental. Recuperado de http://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/file/CIPS/2017-1/INVESTIGACION_NO_EXPERIMENTAL.pdf
- Invernadero. (2018). Invernadero Coworking. Recuperado el 25 de junio de 2018, de <https://www.invernadero.ec/coworking.php>
- Inversiones, R. S. de. (s/f). Investors Home. Recuperado el 14 de junio de 2018, de <https://www.angelesinversionistas.com/investors-home>
- Investopedia. (2016). Seed Capital. Recuperado el 12 de septiembre de 2018, de <https://www.investopedia.com/terms/s/seedcapital.asp>
- Izquierdo, R. (2018, febrero 5). Tipos de emprendedores; conoce sus fortalezas y debilidades. Recuperado el 24 de mayo de 2018, de <https://integriaims.com/tipos-de-emprendedores/>
- JAVA. (2018). ¿Qué es Java y para qué es necesario? Recuperado el 9 de agosto de 2018, de https://www.java.com/es/download/faq/whatis_java.xml
- Jiménez, A. (s/f). Protección de datos y política de privacidad en la web. Recuperado el 12 de septiembre de 2018, de <https://www.rocketlawyer.com/es/es/guia-rapida/proteccion-datos-politica-privacidad-web>
- La estimación de la Demanda en Proyectos de negocio - wiki EOI de documentación docente. (s/f). Recuperado el 10 de julio de 2018, de http://www.eoi.es/wiki/index.php/La_estimaci%C3%B3n_de_la_Demanda_en_Proyectos_de_negocio
- Labaree, R. V. (s/f). Research Guides: Organizing Your Social Sciences Research Paper: Types of Research Designs [Research Guide]. Recuperado el 7 de junio de 2018, de <http://libguides.usc.edu/writingguide/researchdesigns>
- Las redes sociales y las estadísticas que revelan su crecimiento. (2016, mayo 25). Recuperado el 21 de agosto de 2018, de <https://www.actualidadecommerce.com/las-redes-sociales-y-las-estadisticas-que-revelan-su-crecimiento/>
- Ley Orgánica de Telecomunicaciones. (2015, febrero 12). Ley-Orgánica-de-Telecomunicaciones.pdf. Recuperado el 3 de junio de 2018, de

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/Ley-Org%C3%A1nica-de-Telecomunicaciones.pdf>

Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía y Fortalecimiento - Servicio de Rentas Internas del Ecuador. (s/f). Recuperado el 13 de junio de 2018, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ley-organica-para-la-reactivacion-de-la-economia-y-fortalecimiento>

Ley de SuperCias. (1999). Recuperado de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf

Lista de Noticias | Entérate cuales son los productos del mes. (2018). Recuperado el 12 de julio de 2018, de https://www.bancodelpacifico.com/lista-de-noticias/noticias-banco-del-pacifico/archive/bancopacifico/2011/10/01/Ent_E900_rate-cuales-son-los-productos-del-mes.aspx

Los usuarios de Twitter son más cultos y más ricos que los de Facebook - Ciencia y Tecnología - Diario La Información. (s/f). Recuperado el 28 de junio de 2018, de https://www.lainformacion.com/arte-cultura-y-espectaculos/internet/los-usuarios-de-twitter-son-mas-cultos-y-mas-ricos-que-los-de-facebook_193xOjINSvXx6WdgpNdrX1/

Martinez, E. (2015). Appsco - Términos y Condiciones de USO de Software. Recuperado el 12 de septiembre de 2018, de <https://apps.co/comunicaciones/tic-legal/terminos-y-condiciones-de-uso-de-software-2/>

Matriz FODA. (2018). ¿Qué es la Matriz FODA? Recuperado el 23 de julio de 2018, de <http://www.matrizfoda.com/dafo/>

Melgoza Rangel, J. (2017). 9 beneficios de crear aplicaciones móviles para tu negocio. Recuperado el 1 de junio de 2018, de <https://blog.fromdoppler.com/beneficios-de-aplicaciones-moviles/>

Merca2.0, M. editorial. (2018, enero 14). El crecimiento del mercado de las aplicaciones móviles. Recuperado el 31 de mayo de 2018, de <https://www.merca20.com/mercado-de-aplicaciones-moviles/>

Mercado Libre. (2018a). Dell 3467, Core I5 Septima Gen,8gb Ram,1tera Disco,dvd - U\$S 580,00. Recuperado el 7 de agosto de 2018, de

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-416467198-dell-3467-core-i5-septima-gen8gb-ram1tera-discodvd-_JM

Mercado Libre. (2018b). Telefono Samsung Galaxy J7 Pro 16gb Memoria 3gb Ram - U\$S 294,99. Recuperado el 7 de agosto de 2018, de

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-416444927-telefono-samsung-galaxy-j7-pro-16gb-memoria-3gb-ram-_JM

Mercado Libre Ecuador. (2018). Ayuda con Mercado Libre: soluciones, información y más | Mercado Libre. Recuperado el 24 de julio de 2018, de

https://www.mercadolibre.com.ec/ayuda/Tarifas-y-facturacion_1044

Ministerio de Industrias y Productividad. (2018). Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento – Ministerio de Industrias y Productividad. Recuperado el 13 de junio de 2018, de <https://www.industrias.gob.ec/centros-de-desarrollo-empresarial-y-apoyo-al-emprendimiento/>

Ministerio del trabajo. (2016, enero 8). Acuerdo Teletrabajo Ecuador. Recuperado el 20 de agosto de 2018, de http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/10/Acuerto_Teletrabajo_WEB.pdf

Mintel. (2017). Observatorio TIC - Estadística. Recuperado el 5 de junio de 2018, de <https://observatoriotic.mintel.gob.ec/estadistica/>

Moreno, L. (2018). Ley organica para el fomento productivo, atracción de inversiones, generación de empleo, y estabilidad y equilibrio fiscal. Recuperado de <http://ppless.asambleanacional.gob.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/62654a7c-d121-4eca-b400-29e059181526/Proyecto%20de%20Ley%20Org%C3%A1nica%20para%20el%20Fomento%20Productivo,%20Atracci%C3%B3n%20de%20Inversiones,%20Generaci%C3%B3n%20de%20Empleo,%20y%20Estabilidad%20y%20Equilibrio%20Fiscal%20.pdf>

Moscaritolo, A. (2017, febrero 17). El 99.6% del mercado móvil le pertenece a Android y iOS. Recuperado el 30 de mayo de 2018, de <http://latam.pcmag.com/sistemas-operativos-moviles/18490/news/el-996-del-mercado-movil-le-pertenece-a-android-y-ios>

- Municipalidad de Guayaquil Guía de Trámites Tasa de Habilitación. (2018). Recuperado el 16 de agosto de 2018, de <http://www.guayaquil.gob.ec/gu%C3%ADa-de-tr%C3%A1mites-tasa-de-habilitaci%C3%B3n>
- Municipalidad de Guayaquil Tutorial para la Declaración del Impuesto 1.5 Por Mil sobre los activos totales. (2018). Recuperado el 16 de agosto de 2018, de <http://www.guayaquil.gob.ec/tutorial-caso-1>
- Noticias, P. (2018, enero 15). ‘Feria Guayas Emprende 2018’ promueve a varios emprendedores que oferten sus productos. Recuperado el 28 de junio de 2018, de <http://radiosucree.com.ec/feria-guayas-emprende-2018-promueve-a-varios-emprendedores-que-oferten-sus-productos/>
- Number of available Android applications - AppBrain. (2018). Recuperado el 5 de junio de 2018, de <https://www.appbrain.com/stats/number-of-android-apps>
- Núñez Vilma. (2018). Guía de precios para campañas de publicidad en Facebook Ads. Recuperado el 25 de junio de 2018, de <https://vilmanunez.com/cuando-cuesta-anuncio-facebook-ads-guia-precios/>
- Olmos Arrayales, J. (2010). ¿Qué es un emprendedor? Recuperado el 25 de mayo de 2018, de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa4/n4/m19.html>
- Oxford Dictionaries. (2017). smartphone | Definición de smartphone en español de Oxford Dictionaries. Recuperado el 30 de mayo de 2018, de <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/smartphone>
- Panal Coworking. (2018). Planes y Precios de Panal Coworking | Oficinas Privadas y Coworking | Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 25 de junio de 2018, de <https://panalcoworking.com/planes-y-precios/>
- Play Console. (2018). Sube una app - Ayuda de Play Console. Recuperado el 19 de agosto de 2018, de https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/113469#store_listing
- Play Store. (2018, febrero 2). Centro de políticas para programadores. Recuperado el 3 de junio de 2018, de <https://play.google.com/intl/es-419/about/developer-content-policy-print/index.html>

- Ponce, J. P. D. A. (2017). Ranking Redes Sociales, Sitios Web y Aplicaciones Móviles Ecuador 2017. Recuperado el 5 de junio de 2018, de <http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-sitios-web-aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>
- Porter, M. (1979). Las 5 Fuerzas de Porter - Clave para el Éxito de la Empresa. Recuperado el 23 de julio de 2018, de <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Productor, E. (2016). Ecuador: Plataforma virtual para productores ya está operativa | Noticias Agropecuarias del Ecuador y el Mundo - Primer periódico agrodigital del Ecuador - Elproductor.com. Recuperado el 12 de junio de 2018, de <https://elproductor.com/noticias/ecuador-plataforma-virtual-para-productores-ya-esta-operativa/>
- ProEcuador. (2018). Ficha Técnica de Ecuador – 2018 – PRO ECUADOR. Recuperado el 24 de julio de 2018, de <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-ecuador/>
- Quirós Zufiria, U. (2016). El Crowdfunding. Recuperado el 11 de septiembre de 2018, de <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/20625/El%20Crowdfunding.pdf?sequence=1>
- RAE. (2017). Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. Recuperado el 20 de junio de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=UNs0WGg>
- RAE. (2017a). Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. Recuperado el 24 de mayo de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=Esj9hsT>
- RAE. (2017b). Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. Recuperado el 24 de mayo de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=Esip2Nv>
- RAE. (2017c). Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. Recuperado el 24 de mayo de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=Esffwg4>
- RAE. (2017d). Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. Recuperado el 30 de mayo de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=Y2AFX5s>
- RAE. (2017e). Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. Recuperado el 19 de junio de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=UTXSRYk>

- RAE. (2017f). Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. Recuperado el 19 de junio de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=DzJIPaW>
- RAE. (2017g). Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. Recuperado el 20 de junio de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=YCEk4Yy>
- RAE. (2017h). Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. Recuperado el 23 de julio de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=TM8xJHL>
- Revista Líderes. (2016, mayo 30). La economía colaborativa trae un nuevo aire para los negocios. Recuperado el 4 de junio de 2018, de <http://www.revistalideres.ec/lideres/economia-colaborativa-negocios-empresas-ideas.html>
- Romero, E. (2018, marzo 21). Situación política en Ecuador: El precio de “descorreizar” al país. Recuperado el 24 de julio de 2018, de <https://actualidad.rt.com/actualidad/266221-situacion-politica-actual-ecuador>
- Rop, M. (2017, mayo 15). What is a Mobile Application? Mobile App History and Usage. Recuperado el 31 de mayo de 2018, de <https://legibra.com/mobile-application/>
- Ruiz, R. (2006). Historia y evolución del metodo científico. Recuperado el 7 de junio de 2018, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>
- Running Costs. (s/f). Recuperado el 7 de agosto de 2018, de <http://cushionapp.com/running-costs>
- SENA, E. D. (2007). 1-Mentalidad-Emprendedora.pdf. Recuperado de <https://www.academia.edu/32035870/1-Mentalidad-Emprendedora.pdf>
- Siemens, G. (2004). Conectivismo: Una teoría de aprendizaje para la era digital.
- Similar Web. (2018, junio 1). Follow the leaders: highest ranking Apps in Google Play Store, Ecuador. Recuperado el 5 de junio de 2018, de <https://www.similarweb.com>
- socios - Ecuador. (2018). Recuperado el 5 de junio de 2018, de <https://www.olx.com.ec/nf/search/socios>
- Socios - Mercado Libre Ecuador. (2018). Recuperado el 5 de junio de 2018, de [https://listado.mercadolibre.com.ec/socios#D\[A:socios\]](https://listado.mercadolibre.com.ec/socios#D[A:socios])

- SRI. (2016). Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas - Servicio de Rentas Internas del Ecuador. Recuperado el 13 de junio de 2018, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/noticias2>
- Staff, I. (2005, agosto 3). Stock Market. Recuperado el 28 de mayo de 2018, de <https://www.investopedia.com/terms/s/stockmarket.asp>
- StartupBoys. (2017, julio 25). Crowdfunding en Ecuador: Cómo y donde hacerlo. Recuperado el 24 de junio de 2018, de <https://startupboys.com/crowdfunding-en-ecuador-c%C3%B3mo-y-donde-hacerlo-f95be4a0a3c1>
- Statista. (2016). Tema: Las plataformas de economía colaborativa. Recuperado el 3 de junio de 2018, de <https://es.statista.com/temas/4161/las-plataformas-de-economia-colaborativa/>
- Super Intendencia de Compañías. (1999). Ley de Compañías. Recuperado el 20 de junio de 2018, de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- Super Intendencia de Compañías. (2008). Constitución Supercias. Recuperado de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf
- tarifario-de-tasas-con-descuentos.pdf. (2018). Recuperado de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/tarifario-de-tasas-con-descuentos.pdf>
- Tarifas - Entidad de Certificación BCE. (2018). Recuperado el 20 de agosto de 2018, de <https://www.eci.bce.ec/tarifas>
- Teléfono Samsung Galaxy J7 Prime 16gb Memoria 3gb Ram - U\$S 283,99. (s/f). Recuperado el 8 de julio de 2018, de https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-416037245-telefono-samsung-galaxy-j7-prime-16gb-memoria-3gb-ram-_JM
- Telégrafo, E. (2017a). La Corporación Financiera Nacional lanzó “Liga de emprendedores extraordinarios 3”. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/88/8/la-corporacion-financiera-nacional-lanzo-liga-de-emprendedores-extraordinarios-3>
- Telégrafo, E. (2017b). Las apps verdes, el lado amigable de los celulares con el medio ambiente. Recuperado el 19 de junio de 2018, de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/las-apps-verdes-el-lado-amigable-de-los-celulares-con-el-medio-ambiente>

Telégrafo, E. (2018). El emprendimiento debe ser una oportunidad más que una necesidad.

Recuperado el 13 de junio de 2018, de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/desde/1/el-emprendimiento-debe-ser-una-oportunidad-mas-que-una-necesidad>

UNAM. (2018). Instructivo UNAM Feria de Ciencias Tecnología e Innovación. Recuperado el 11 de junio de 2018, de

https://feriadelasciencias.unam.mx/files/Feria26_Instructivo.pdf

Universia. (2017, septiembre 4). Tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y

Explicativa. Recuperado el 6 de junio de 2018, de

<http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>

Uribe, É. (2017, noviembre 21). Qué es el capital semilla y el capital emprendedor.

Recuperado el 28 de mayo de 2018, de <https://www.entrepreneur.com/article/305053>

Usano, S. C., & Carañana, C. A. D. (s/f). Análisis de la aplicación de la tecnología móvil en las empresas, 104.

Virginia, L., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Samaniego, A. (2016). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador-2016. Recuperado el 29 de mayo de 2018, de

<http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf>

www.cnt.gob.ec. (2018). Planes Móviles - CNT. Recuperado el 8 de julio de 2018, de

<https://www.cnt.gob.ec/movil/plan/plan-movil-llamadas-ilimitadas-2/>

Yamblet. (2018). Yamblet. Recuperado el 7 de agosto de 2018, de <https://yamblet.com/>

Zucchi, K. (2013, mayo 23). Financial markets: Capital vs. Money Markets. Recuperado el 12 de septiembre de 2018, de

<https://www.investopedia.com/articles/investing/052313/financial-markets-capital-vs-money-markets.asp>

Apéndice

Apéndice #1 Capturas de los procesos dentro de la aplicación



Figura 43. Pantalla de descarga de la aplicación. Elaboración propia.



Figura 44. Pantalla de validación de usuarios de la aplicación. Elaboración propia.

Bienvenido a Impulsec una aplicación 100% Ecuatoriana, creada con el fin de ayudar a los emprendedores de distintas formas que podrás conocer más adelante.

Nombres y Apellidos:

Fecha de Nacimiento:

Cedula:

Correo Electronico:

Teléfono de contacto:

Estudios Realizados:

Experiencia laboral:

Referencias personales:

Rol que desempeña Emprendedor/Socio:

Figura 45. Pantalla de registro de nuevos usuarios de la aplicación. Elaboración propia.

Bienvenido a Impulsec una aplicación 100% Ecuatoriana, creada con el fin de ayudar a los emprendedores de distintas formas que podrás conocer más adelante.

Nombre de Usuario:

Contraseña:

Repetir Contraseña:

Módulo de Pago
La aplicación no facturara ningún cobro en este momento. La aplicación procederá a facturar en caso de que adquiera algún servicio ofertado.

Nombre del titular de la tarjeta:

Número de tarjeta:

CVV:

Figura 46. Pantalla de registro de nuevos usuarios de la aplicación. Elaboración propia.

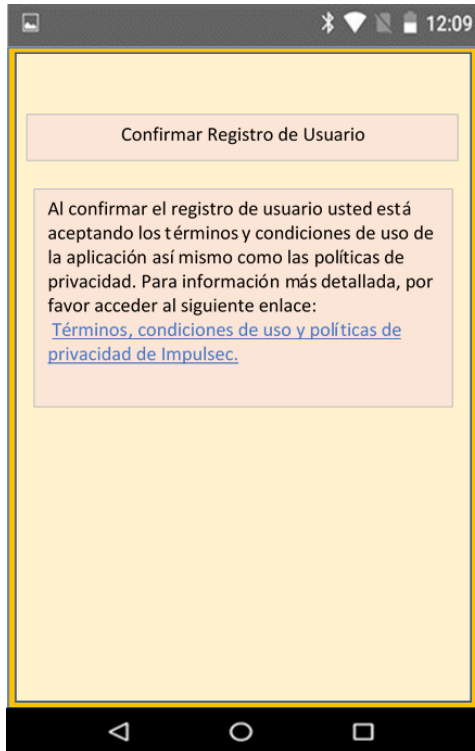


Figura 47. Pantalla de registro de nuevos usuarios de la aplicación. Elaboración propia.

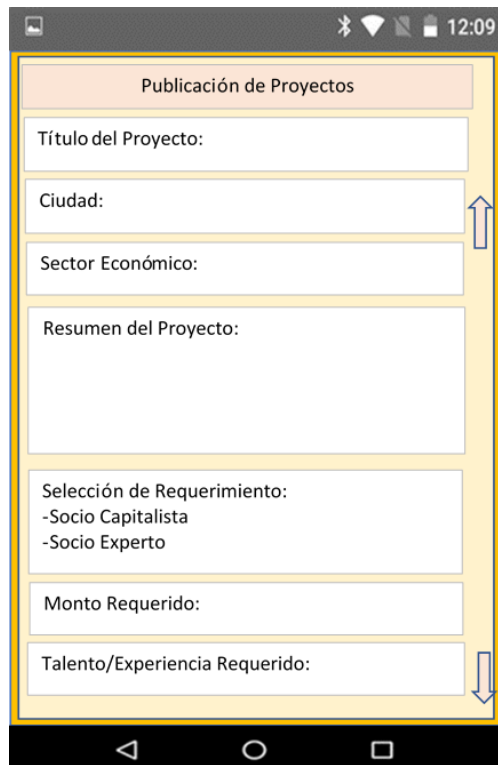


Figura 48. Pantalla de publicación de nuevos proyectos de la aplicación. Elaboración propia.

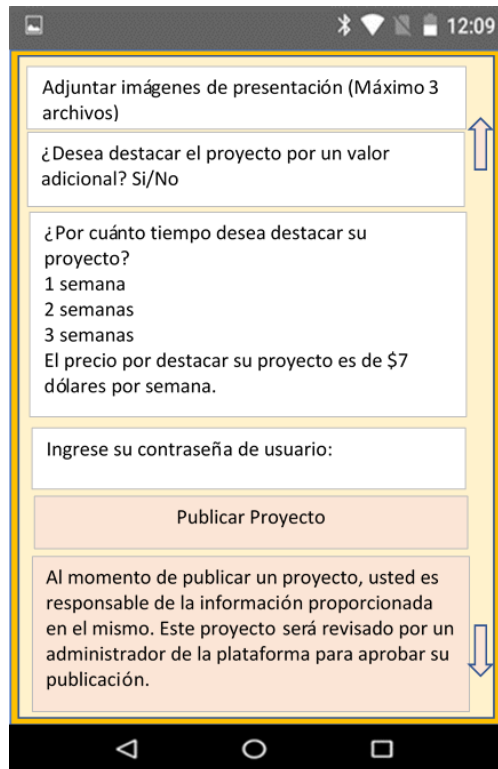


Figura 49. Pantalla de publicación de nuevos proyectos de la aplicación. Elaboración propia.

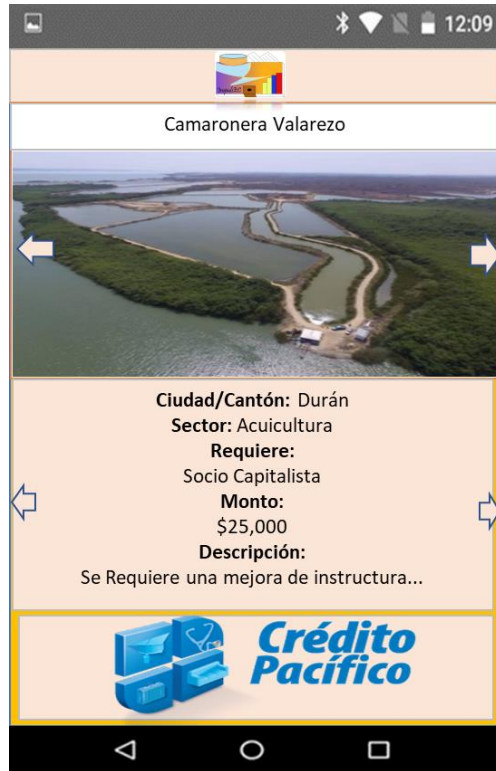


Figura 50. Pantalla de vista de proyectos de la aplicación. Elaboración propia. Logo de crédito pacifico obtenido de: https://www.bancodelpacifico.com/lista-de-noticias/noticias-banco-del-pacifico/archive/bancopacifico/2011/10/01/Ent_E900_rate-cuales-son-los-productos-del-mes.aspx

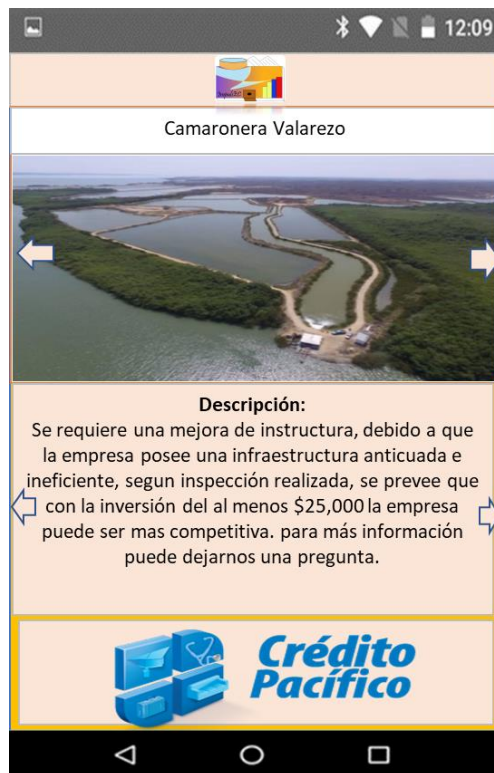


Figura 51. Pantalla de vista de proyectos de la aplicación. Elaboración propia. Logo de crédito pacifico obtenido de: https://www.bancodelpacifico.com/lista-de-noticias/noticias-banco-del-pacifico/archive/bancopacifico/2011/10/01/Ent_E900_rate-cuales-son-los-productos-del-mes.aspx



Figura 52. Pantalla de navegación de proyectos de la aplicación. Elaboración propia. Logo de crédito pacifico obtenido de: https://www.bancodelpacifico.com/lista-de-noticias/noticias-banco-del-pacifico/archive/bancopacifico/2011/10/01/Ent_E900_rate-cuales-son-los-productos-del-mes.aspx

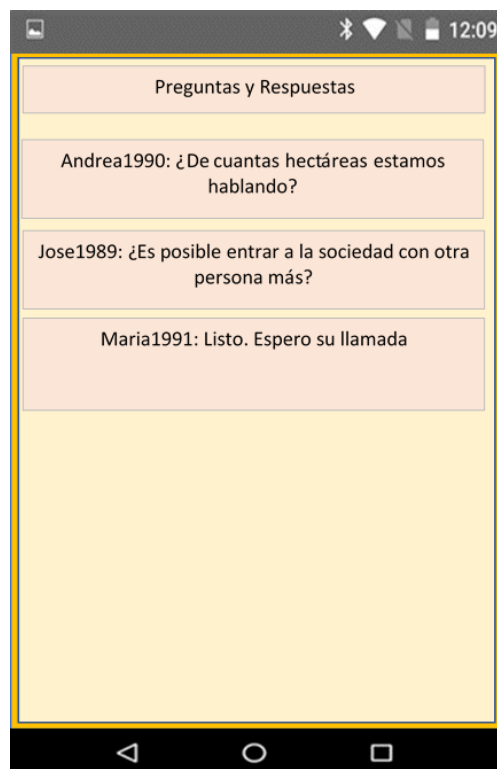


Figura 53. Pantalla de preguntas y respuestas de la aplicación. Elaboración propia.

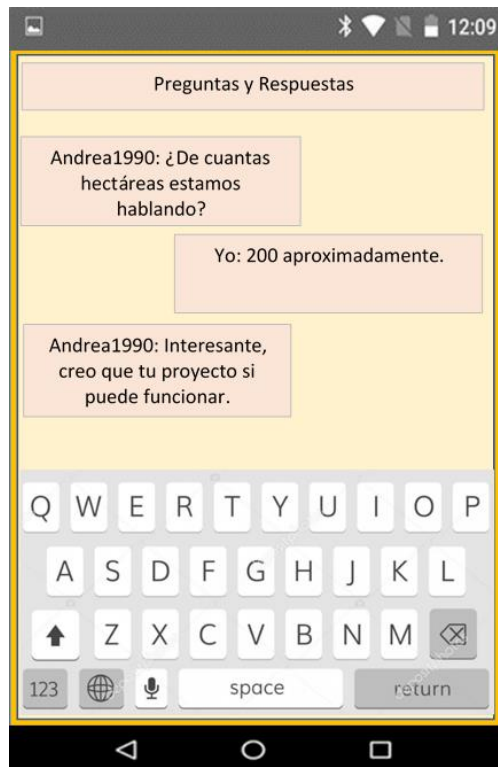


Figura 54. Pantalla de preguntas y respuestas de la aplicación. Elaboración propia.

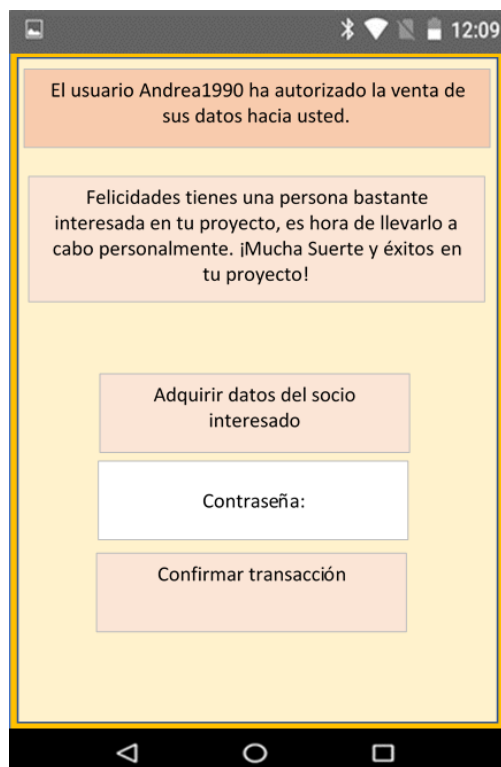


Figura 55. Pantalla de compra. Elaboración propia.

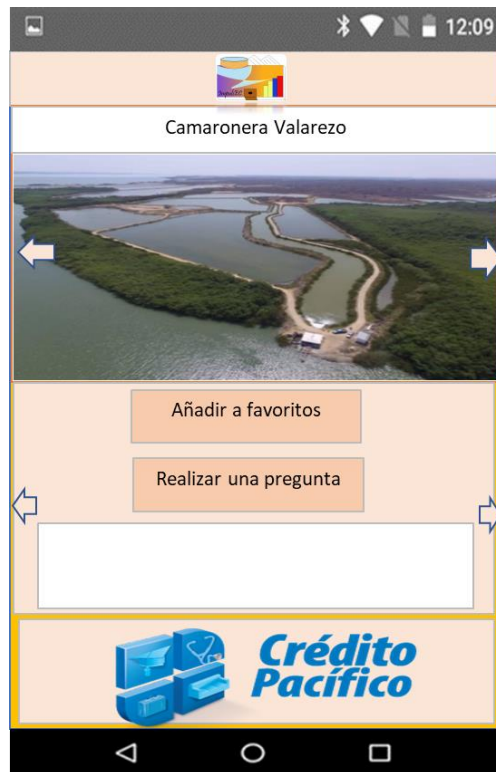


Figura 56. Pantalla de vista de proyectos de la aplicación. Elaboración propia. Logo de crédito pacifico obtenido de: https://www.bancodelpacifico.com/lista-de-noticias/noticias-banco-del-pacifico/archive/bancopacifico/2011/10/01/Ent_E900_rate-cuales-son-los-productos-del-mes.aspx

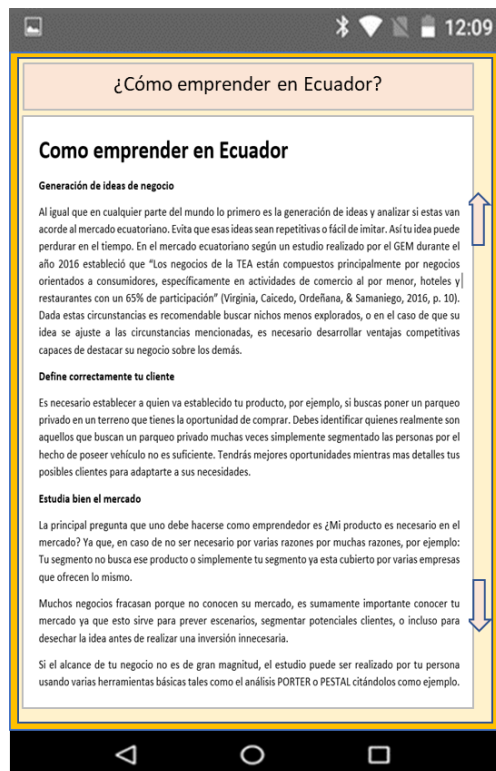


Figura 57. Pantalla de ¿Cómo emprender en Ecuador? de la aplicación. Elaboración propia.

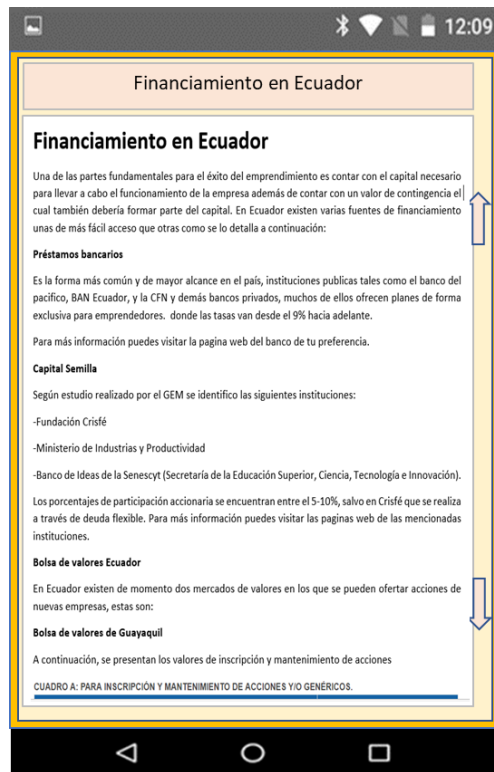


Figura 58. Pantalla de Financiamiento en Ecuador de la aplicación. Elaboración propia.

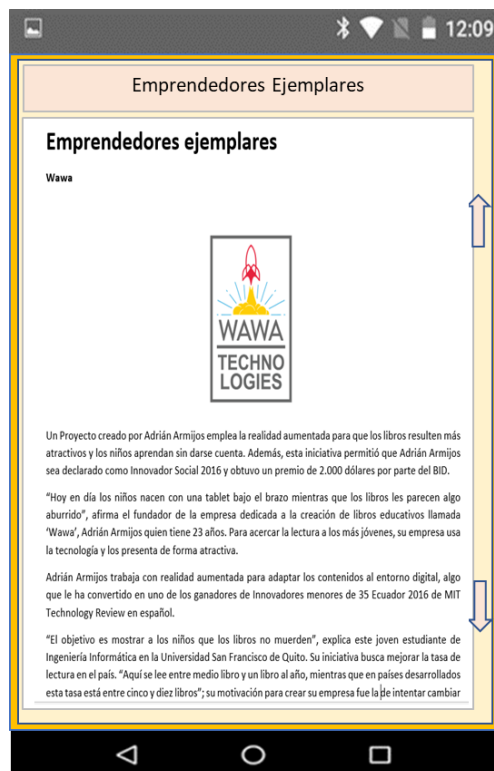


Figura 59. Pantalla de Emprendedores ejemplares de la aplicación. Elaboración propia.

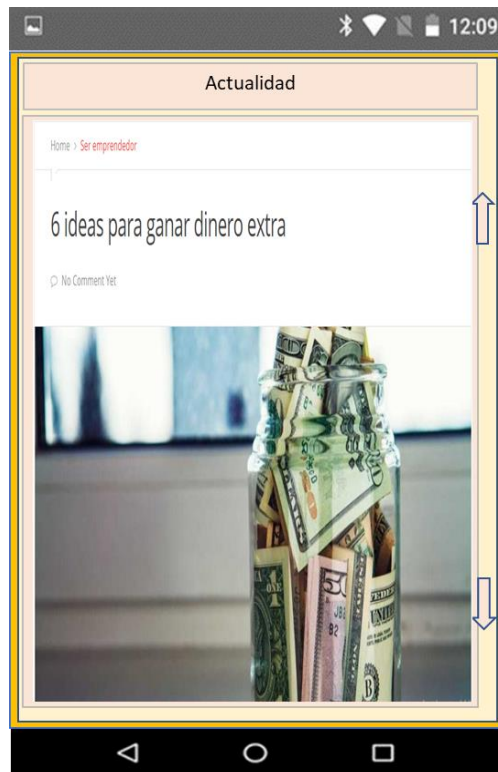


Figura 60. Pantalla de Actualidad de la aplicación. Elaboración propia.

Apéndice #2 Manual para el emprendedor en Ecuador que estará disponible entre las ofertas de la plataforma

Contenido

1. Generación de ideas de negocio

Al igual que en cualquier parte del mundo lo primero es la generación de ideas y analizar si estas van acorde al mercado ecuatoriano. Evita que esas ideas sean repetitivas o fácil de imitar. Así tu idea puede perdurar en el tiempo. En el mercado ecuatoriano según un estudio realizado por el GEM durante el año 2016 estableció que “Los negocios de la TEA están compuestos principalmente por negocios orientados a consumidores, específicamente en actividades de comercio al por menor, hoteles y restaurantes con un 65% de participación”. (Virginia, Caicedo, Ordeñana, & Samaniego, 2016, p. 37). Dada estas circunstancias es recomendable buscar nichos poco explorados, o en el caso de que su idea se ajuste a las

circunstancias mencionadas, es necesario desarrollar ventajas competitivas capaces de destacar su negocio sobre los demás.

La mejor forma de emprender es explorar un talento innato de parte de su persona, es decir que mucha gente le haya mencionado que usted es muy bueno para algo, o cuando las personas lo buscan específicamente para una labor. Debe plantear la posibilidad de que esa labor se convierta en su emprendimiento. Muchas veces las personas infravaloran sus propias capacidades.

2. Define correctamente tu cliente

Es necesario establecer a quien va establecido tu producto, por ejemplo, si buscas poner un parqueo privado en un terreno que tienes la oportunidad de comprar debes identificar quienes realmente son aquellos que buscan un parqueo privado muchas veces simplemente segmentado las personas por el hecho de poseer vehículo no es suficiente. Tendrás mejores oportunidades mientras más detalles tus posibles clientes para adaptarte a sus necesidades. Existen detalles que muchas veces los emprendedores pasan por alto usando el mismo ejemplo del parqueo privado muchos pasan por alto que método de pago prefieren y por facilidad asumen el único pago en efectivo.

Existen más detalles tales como, si influye en la mente del cliente que su personal este uniformado, el lenguaje y el comportamiento que tiene el personal sobre ellos, si es importante para ellos la estética del establecimiento y entre muchas cosas más.

3. Estudia bien el mercado

La principal pregunta que uno debe hacerse como emprendedor es ¿Mi producto es necesario en el mercado? Ya que, en caso de no ser necesario por varias razones por muchas razones, por ejemplo: Tu segmento no busca ese producto o simplemente tu segmento ya está cubierto por varias empresas que ofrecen lo mismo.

Muchos negocios fracasan porque no conocen su mercado, es sumamente importante conocer tu mercado ya que esto sirve para prever escenarios, segmentar potenciales clientes, o incluso para desechar la idea antes de realizar una inversión innecesaria.

Si el alcance de tu negocio no es de gran magnitud, el estudio puede ser realizado por tu persona usando varias herramientas básicas tales como el análisis PORTER, PESTAL citándolos como ejemplo.

4. Desarrolla un plan de negocios

Una vez que tengas definida tu idea de negocio, el mercado donde planeas entrar y el perfil de tus posibles clientes podrás empezar a desarrollar un plan de negocios en el que debes incluir:

Plan administrativo

Establece una misión, visión y que estrategias usara para lograrlo.

En base a sus estudios previos realizados usted como emprendedor debe establecer una misión y visión para su proyecto, en base a estos estatutos usted podrá establecer las estrategias más idóneas para este objetivo.

Una misión consiste en establecer cuál es su objetivo en el mercado, es decir a que se va a dedicar. En cambio, una visión establece en que se convertirá su proyecto o empresa en un futuro establecido.

Las estrategias que planea usar dependerán exclusivamente de usted y su modelo de negocios existen estrategias tales como la diferenciación, estrategias de costos bajos, estrategias de enfoque a nichos específicos.

De manera superficial la diferenciación consiste en tratar de diferenciarte lo más posible de la competencia de tal manera que su negocio pueda destacar, por otro lado la estrategia de costos bajos le permite competir mediante el precio de venta ya que al fabricar a un costo menor su precio puede ser más flexible, sin embargo el uso de esta estrategia tiene que ser bien

aplicada para no caer en la mala calidad de un producto o servicio final, y finalmente la estrategia de enfoque a nichos consiste en que su negocio sea destinado a nichos poco satisfechos en el mercado y donde no exista abundante competencia.

Plan operativo

Lugar donde planea trabajar

Muchos emprendimientos comienzan en casa y a bajo costo, pero no necesariamente es una obligación que sean así. Por ejemplo, si planea poner una planta de reciclaje o una lubricadora para vehículos necesitara un establecimiento independiente. Sin embargo, en casos como emprendimientos de consultorías legales o financieras no se adhieren tempranamente a un espacio fijo. Todo dependerá del tipo de negocio.

Actualmente muchos modelos de negocios funcionan solamente en el internet.

Definir materiales, procesos y herramientas que son necesarias para lograr completar el producto o servicio a ofertar.

Aquí se toma en cuenta factores como: la materia prima, los proveedores, personal humano, maquinarias, vehículos, otros activos y conocimientos y destrezas. Todo lo que sea necesario para lograr completar su oferta de forma correcta y por su puesto sin descuidar la calidad.

En pocas palabras tiene usted como emprendedor lograr la mezcla correcta de estos factores para lograr procesos eficientes y productos de calidad.

Definir el tiempo le tomara lograr completar el proceso de producción hasta su venta

Es sumamente importante determinar cuánto tiempo su empresa lograra terminar un producto o servicio hasta su venta. Ya que nos clarificara a la hora de determinar los precios de venta y los costos operativos. Por ejemplo: en el caso de una lavandería de vehículos no es lo mismo lavar un carro con una maquinaria eléctrica que ejerce presión de agua que lavarlo a mano, probablemente con la ayuda de la maquinaria el tiempo de trabajo sea mucho menor y

este tenga un acabado mejor calidad. Y de igual manera sus costos de operación serán diferentes.

Plan de marketing

Definir estrategias de mercadeo y promoción para llegar al cliente.

Anteriormente los clientes se ajustaban a la oferta de la empresa, sin embargo, en este tiempo el cliente ha pasado a ser un objeto de estudio vital para las empresas y ahora son estas las que se ajustan a los requerimientos del cliente. Uno puede pensar que un plan de marketing es solo para empresas grandes que generan mucho dinero, pero el marketing también puede ser aplicado a pequeña escala. El hecho de poner un afiche afuera del local comercial ya forma parte del marketing.

El marketing dependerá mucho del tipo de cliente a los que quiera llegar. Actualmente existen planes de marketing a bajo costo como por ejemplo el que se da en las redes sociales, que tienen un gran alcance siempre y cuando su contenido este bien logrado y sea capaz de llamar la atención de los clientes.

Plan financiero

Definir el presupuesto para la inversión inicial

La inversión inicial puede considerarse la más importante a la hora de empezar el negocio y esta debe ser lo más detallada y específica posible. Muchas veces los emprendedores cometen el error de discriminar gastos es decir piensan que “por ahora no es necesario”, o “tal vez después” o “mejor no” entonces esto puede incurrir en errores principalmente los de calidad. También es recomendable en la inversión inicial incluir los costos operativos de al menos 3 meses ya que a criterio personal es considerado un tiempo prudente para empezar a notar los primeros resultados del emprendimiento.

Por ejemplo, propones un restaurante enfocado a un estrato social A y piensas que los platos que normalmente usan estos restaurantes son muy caros y optas por unos más sencillos. Y este mercado objetivo puede identificar esto como una falencia en tu servicio.

Definir el presupuesto operativo

Se resumen en estimar el costo de todo el proceso operativo. Cuanto me cuesta hacer el producto o servicio que voy a ofrecer y así poder establecer en cuanto puedo vender dicho producto o servicio. Es importante que no solamente depende del costo operativo establecer los precios de venta. Este también dependerá mucho de cuanto esté dispuesto a pagar el mercado seleccionado.

Definir el presupuesto de marketing

De igual forma consiste en destinar un porcentaje del presupuesto total al plan de marketing. Como dato importante se destaca que las redes sociales como plataformas de marketing no cobran un valor fijo, y uno puede establecerlo a su bolsillo.

Definir el presupuesto de contingencia

Es normal un escenario en donde los primeros años de vida de un negocio pueden reportar pérdidas, así es que es muy importante tener un respaldo financiero para poder solventar estas pérdidas y mantener el negocio a flote.

Por otro lado, si necesitas ayuda para realizar estos planes, en el Ecuador existen centros de emprendimiento tanto gratuitos como privados que dispuestos a ayudar a los emprendedores. A continuación, te mencionamos alguno de estos con sus respectivas páginas web:

-Guayaquil Emprende: www.guayaquilemprende.org

-Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador: www.aei.com

También existen oficinas de coworking donde puedes acceder a escritorios colectivos donde puedes compartir ideas con otras personas. En Ecuador ha crecido la oferta de oficinas

que ofrecen coworking y la oportunidad de encontrarte con socios estratégicos que puedan colaborar con el proyecto. Los precios por lo general se dan bajo suscripciones diarias o mensuales y varían dependiendo de la cantidad de horas requeridas. En el país se ofertan plataformas desde los \$18 dólares diarios hasta los \$500 mensuales dependiendo de la necesidad de las personas.

A continuación, te mencionamos algunos de estos con sus direcciones web a continuación:

-Impaqto: <https://www.impaqto.net/>

-Invernadero: <https://www.invernadero.ec/>

-Panal Coworking: <https://panalcoworking.com/>

5. Encontrar financiamiento para el proyecto

Puede ser la parte más complicada a la hora de emprender, en el caso de no contar con los recursos necesarios. Usted como emprendedor puede optar distintas alternativas empezando desde un préstamo bancario donde el riesgo es alto en caso de no funcionar el negocio ya que usted se quedaría con la deuda. Sin embargo, si usted logra tener éxito permanecerá con el 100% de la empresa. Por otro lado, puede optar por opciones donde necesariamente tendrá que compartir su empresa tales como ángeles inversionistas o capital de riesgo, o puede optar por un financiamiento web mediante plataformas de crowdfunding. Para más detalles puede observar el apartado de financiamiento en el Ecuador.

6. Formalizar el negocio

Constitución de una empresa / RUC

Esta decisión es personal y depende mucho de la visión de tu negocio. sí es un negocio pequeño unipersonal lo más recomendado sería solo sacar un RUC para empezar a facturar bajo la actividad económica. Por otro lado, la constitución de una empresa demanda más formalidades y especificaciones, pero es lo más seguro en caso de emprender en sociedad.

Ya que ambos socios quedan como dueños de forma legal y el ruc ya no sería de una persona natural sino de una persona jurídica en este caso la nueva empresa.

Constitución de una empresa

- Registrarse en el portal de la Superintendencia de Compañías www.supercias.gob.ec y registrarse como usuario
- Reservar la denominación de la empresa, y esperar la aprobación de la denominación.
- Seguir todas las instrucciones mencionadas en la plataforma. Y completar la siguiente información: El objeto social de la compañía, el nombre de los socios y el capital social de la compañía, además de la documentación correspondiente tales como la cedula de identidad y el certificado de votación.
- Este proceso finalmente se concluye en la notaria asignada donde se realizan las firmas de constitución. Y finalmente solo queda esperar la notificación de que el proceso ha concluido. La constitución de una empresa en el Ecuador tiene un costo aproximado de \$365.

Las empresas más comúnmente se aperturan en el país son:

La compañía anónima

Según la ley de compañías vigente en el Ecuador define a la compañía anónima como: “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.”(Super Intendencia de Compañías, 1999, p. 35). Para la apertura de este tipo de compañías se necesita un capital mínimo de \$800.

Compañías de responsabilidad limitada

Según la ley de compañías vigente en el Ecuador define a las compañías de responsabilidad limitada como: “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae

entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.” (Super Intendencia de Compañías, 1999, p. 23) para la apertura de este tipo de compañías tenemos que tener un capital mínimo de \$400.

A continuación, te dejamos el link de la Superintendencia de compañías para mayor información: <https://www.supercias.gob.ec/>

Emisión del RUC

No existe la posibilidad de procesar un nuevo RUC en línea, tendrá que hacerlo de forma personal en las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI)

Si el RUC es para una persona natural simplemente tendrá que presentar su cedula de identidad, certificado de votación y una planilla de servicios básicos para poder obtener un turno, luego de eso con el asesor debe especificar la actividad económica bajo la cual va a facturar. En el caso de la persona jurídica el Ruc corresponde al mismo trámite de constitución de la empresa que termina con la asignación de un número del registro al contribuyente.

Una vez obtenido el RUC usted estará habilitado para facturar. Y así mismo tendrá nuevas obligaciones tributarias con el SRI.

A continuación, te dejamos el link del SRI para mayor información: www.sri.gob.ec

Patentes municipales

El pago de la patente municipal va de acuerdo al tipo de negocio que pretende establecer. Y los valores varían dependiendo del municipio de cada ciudad.

Puedes acercarte personalmente a las oficinas del municipio de tu ciudad o verificar en el internet sus servicios.

Permiso de bomberos

Si planea establecer un lugar físico de trabajo, necesitara un permiso emitido por el cuerpo de bomberos de la ciudad correspondiente.

Otros habilitantes

Dependiendo del tipo de negocio en el Ecuador existen distintas normativas, por ejemplo: existen normativas ambientales para el trato de desechos tóxicos con el medio ambiente. También existe una normativa que obliga a instalar una trampa de grasa a los distintos restaurantes que funcionan en el país. Puedes ampliar la información consultando en el municipio correspondiente.

Registro de empleados

Este trámite se lo hace a través de la página de internet del seguro social. <https://www.iess.gob.ec/> donde inicialmente se crea un usuario como empleador y llena los datos correspondientes a su negocio y posteriormente registra sus empleados. A partir de ese momento usted adquiere una obligación con el seguro social por distintos rubros. Tiene que tener en claro que el monto del sueldo que recibe el empleado no constituye el costo total que la empresa paga por él, existen rubros tal como el aporte patronal (11,15%), el décimo tercer sueldo (Equivalente a una remuneración adicional), el décimo cuarto sueldo (Equivalente a un sueldo básico), las vacaciones y del fondo de reserva (8,33%) que corre como obligación financiera después del primer año de trabajo.

7. Inicio de actividades

Luego de esto usted puede proceder a iniciar sus actividades económicas, siempre trate de seguir la planeación inicial detallada a comienzos de esta guía, sin embargo, si algo no está funcionando sobre la marcha de su negocio. puede ser necesario corregir las estrategias que esté usando.

Apéndice #3 Manual para el financiamiento en Ecuador que estará disponible entre las ofertas de la plataforma

En esta sección se hará una investigación de las distintas fuentes de financiamiento que están disponibles en el país y como acceder a ellas. De igual manera esta sección será

actualizada dependiendo de la variación de la información que por lo general es luego de mucho tiempo.

Contenido

Durante el 2016 el 93% de los emprendedores en Ecuador se financiaron con recursos propios sin embargo los emprendedores que necesitaron completar el monto requerido a su inversión recurrieron en un 45% a créditos del sistema financiero para su negocio, el 33% de los recibió inversiones de familiares, el 3% usó fondos provenientes del gobierno, el uso de inversionistas privados o capital de riesgo fue de un 3.2% y el crowdfunding alcanzó una tasa de utilización del 1.7% (Virginia et al., 2016, p. 10,47).

A partir de estos datos a continuación se detallarán las distintas formas de financiamiento que se encuentran en el país.

1. Financiamiento bancario

En el Ecuador últimamente los bancos tanto privados como públicos han optado por impulsar el emprendimiento a través de créditos específicamente para este nicho de mercado.

Para aplicar a un crédito de emprendimiento se piden los siguientes requisitos:

- Informe de crédito del deudor y garante
- RUC
- Cedula correspondiente al deudor y a su conyugue en caso de estar casado.
- Certificado de votación correspondiente al deudor y al conyugue
- planilla de servicio de básico correspondiente al deudor y al garante
- Referencias que pueden ser bancarias, comerciales o personales.

Información financiera

- 12 meses de Ventas comprobables del negocio para el cual se solicita financiamiento.
- Declaración del impuesto a la renta dependiendo de sus ingresos.
- Flujo de caja proyectado por el plazo del crédito.

- Balance interno (Balance general y PyG) del último año.
- Plan de negocios
- Certificado de cumplimiento al IESS, SRI y Superintendencia de Compañías impresos desde página web (en caso aplique)

Los requisitos dispuestos en este trabajo son referenciales y pueden estar sujetos a cambios por parte de las entidades bancarias.

Entre los más comunes tenemos:

Ban Ecuador

Este banco estatal ofrece créditos para emprendedores desde \$5000 hasta \$50.000 a una tasa nominal referencial del 15% para mayor información visita la página <https://www.banecuador.fin.ec>.

Banco del Pacífico

Este banco ofrece créditos para emprendedores desde los \$2000 a 20.000\$ desde el 15.50% hasta 72 meses plazo de activos fijos y 24 meses de capital de trabajo. <https://www.bancodelpacifico.com/creditos/para-empresas/emprendedor-pacifico.aspx>

Las tarifas que se muestran en el presente trabajo son referenciales y pueden estar sujetas a cambios por parte de las entidades bancarias mencionadas.

La banca privada también ofrece este tipo de créditos. Puedes acercarte a cualquier oficina de tu banco preferido y consultar sus tarifas para emprendedores.

2. Financiamiento por Ángeles Inversionistas

Los ángeles inversionistas son aquellas personas que invierten capital en tu empresa a cambio de recibir una participación societaria. En el Ecuador existen algunos grupos de ángeles inversionistas. Tales como

- Ángeles EC.- <http://angeles-ec.com/>
- 593 Capital Partners. - <http://www.593capital.com/>

- Buen Trip. - <http://www.buentriphub.com/inversion-angel/>
- Startup Ventures. - <http://startupsventures.com/>

Puedes visitar sus páginas web para mayor información.

También a nivel de Latinoamérica puedes encontrar la siguiente plataforma:

<https://www.angelesinversionistas.com/> donde puedes publicar tu proyecto de forma gratuita o con más proyección a partir de los \$100 en adelante, además de no cobrar comisiones.

3. Financiamiento por crowdfunding

En el internet existen plataformas de crowdfunding de origen ecuatoriano que están integradas totalmente al mercado local tales como Hazvaca, Acolítame y Catapultados sus ingresos se basan en comisiones por recaudación van desde el 10% al 15% dependiendo del monto y si el proyecto cumple o no la meta establecida. (StartupBoys, 2017)

A continuación, se detallan los precios de las plataformas funcionales en el Ecuador:

Hazvaca

Proyectos desde \$0 a \$10,000 15% de comisión

Proyectos desde \$10,000 a \$20,000 14% de comisión

Proyectos desde \$20,000 a \$30,000 13% de comisión

Proyectos desde \$30,000 o más 12% de comisión

Si el Proyecto logra cumplir la meta proyectada recibe un 3% de descuento de comisión.(Hazvaca, 2018)

Acolítame

Comisión del 12% de la recaudación independiente del monto(Acolítame, 2018)

Catapultados

Esta plataforma cobra \$100 por publicar el proyecto y un 10% de comisión sobre lo recaudado, adicional si llegas a meta proyectada recibes un 3% adicional de descuento de la comisión(Catapultados, 2018)

Financiamiento en la bolsa de valores

En el Ecuador también está en funcionamiento el mercado de valores, los dos mercados de valores más conocidos se encuentran en la ciudad de Quito y Guayaquil.

Ambas bolsas de valores manejan tarifas similares. Y se rigen bajo la misma normativa. El mercado de valores es recomendable para empresas ya establecidas

La cuota mínima para entrar a formar parte de la bolsa de valores de Guayaquil tanto de inscripción como de mantenimiento es de USD\$ 200 dólares (excepto para facturas comerciales) y la cuota máxima de USD\$ 25,000. Usted podrá emitir más acciones luego de un tiempo. Pero inicialmente solo el valor mencionado.

La bolsa de valores cobrará las siguientes tarifas por inscripción y mantenimiento:

Tarifas por inscripción y mantenimiento en los mercados de valores

Patrimonio	Porcentaje
Por los primeros \$50,000	0.02%
Por los segundos \$50,000	0.0175%
Por los terceros \$50,000	0.015%
Por los cuartos \$50,000	0.0125%
Por los excedentes	0.010%

Nota: Tomado de Tarifario Bolsa de Valores Guayaquil, 2018.

Adicionalmente por cada transacción de valores realizada existirán las siguientes comisiones:

Estimaciones de las comisiones a pagar en el mercado de valores

Comisión estimada estipulada	Rango por valor efectivo negociado	
\$ 4.00	\$ -	\$ 9,999.99
\$ 9.00	\$ 10,000.00	\$ 19,999.99
\$ 18.00	\$ 20,000.00	\$ 39,999.99
\$ 35.00	\$ 40,000.00	\$ 59,999.99
\$ 52.00	\$ 60,000.00	\$ 99,999.99
\$ 85.00	\$ 100,000.00	\$ 199,999.99
\$ 180.00	\$ 200,000.00	\$ 499,999.99
\$ 450.00	\$ 500,000.00	\$ 999,999.99
\$ 900.00	\$ 1,000,000.00	\$ 1,999,999.99
\$ 1,800.00	\$ 2,000,000.00	Más

Nota: Tomado de Tarifario Bolsa de Valores Guayaquil, 2018.

Para mayor información puede visitar la paginas web correspondiente a cada una:

- <https://www.bolsadevaloresguayaquil.com/>
- <https://www.bolsadequito.com/>

4. Financiamiento por capital de riesgo

Conocido comúnmente bajo el nombre en Ingles Venture Capital, este financiamiento no es muy regular en proyectos desde su etapa inicial, por lo general actúan en emprendimientos que han comenzado a consolidarse previamente. En Ecuador existen instituciones que invierten en un rango de entre \$100.000 y \$400.000.

En Ecuador se han identificado las siguientes instituciones:

- Carana Ecuador <http://www.carana.ec/>
- Humboldt Family Office <http://hfo.ec/>
- Kruger Labs <https://www.krugerlabs.com/>

Puedes visitar sus páginas web para conocer más información acerca de ellos.

5. Concursos para emprendedores

En el Ecuador existen distintos concursos para emprendedores a lo largo del año donde se premia la innovación con incentivos económicos o asesorías. A continuación, se detallan algunos de estos:

Desafío Emprende Innova

El principal objetivo de la convocatoria Desafío Emprende-Innova es identificar y premiar a emprendedores en las siguientes ramas:

Moda y accesorios, Productos alimenticios, Calzado, Joyería y bisutería, Bazar, Productos y servicios con componentes tecnología. Se otorgan \$10,000 netos, además de distintas asesorías y programas de impulso empresarial.

Requisitos

- Personas naturales mayores de 18 años de edad.
- Personas jurídicas, nacionales o extranjeras domiciliadas en Ecuador.
- Emprendedores que se encuentren en etapa de primeras ventas (6 meses en el mercado) y/o empresas con menos 5 años.
- El producto o servicio debe ser elaborado en el país.
- Poder comercializar en espacios de los centros comerciales.

Para mayor información puedes visitar la página del concurso <http://desafioei.com/>

La liga de emprendedores CFN

Realizado por la Corporación Financiera Nacional del Ecuador, se postula vía web mediante la página <http://www.cfn.fin.ec/>. Los premios se dividen para primer lugar con \$ 50 mil, el segundo con \$ 30 mil, y el tercero con \$ 20 mil.

Requisitos

- Ser mayor de 16 años
- No importa si tiene una empresa constituida
- Las inscripciones se aceptan durante los meses de Enero a Diciembre de cada año.
- Contar con un proyecto enfocado a petroquímica, astilleros, siderúrgica, refinería, metalurgia, alimentos frescos y procesados, biotecnología, cadena agroforestal, confecciones y calzado, energías renovables, industria farmacéutica, metalmecánica, petroquímica, servicios ambientales, tecnología, transporte y logística, turismo, industria petrolera, vehículos partes y piezas.

Cultivainnovación

Realizado por la fundación Heifer Ecuador ofrece a los emprendimientos recursos o equipamientos de acuerdo a sus características y necesidades. Además de darles difusión al proyecto en diversos eventos.

Requisitos

- Edad de 16 a 30 años
- El proyecto tiene que ser enfocado al mejoramiento de agricultura familiar campesina.

Para mayor información puedes visitar la página <http://www.cultivainnovacion.org/>.

Huella Social

Es un proyecto impulsado por la Fundación Nobis el cual brinda los siguientes beneficios para los proyectos ganadores: Premio de USD \$5,000, Un año de coworking ilimitado en Campus for Startups Innobis, Sesiones de aceleración de negocio con equipo de Innobis, Fundación Nobis, de aliados, y mentores y la posibilidad de acompañamiento puntual por parte de Innobis y Fundación Nobis o aliados estratégicos.

- Personas Naturales o Jurídicas, nacionales o extranjeras con residencia permanente en el Ecuador.
- Que sean fundadoras o titulares del proyecto de impacto social.
- Mayores de 18 años, que cuenten con un espíritu emprendedor cuyas propuestas tengan características de innovación social.
- El equipo debe haber desarrollado un prototipo mínimo viable o demo de su producto/servicio de impacto social.
- El proyecto debe de encontrarse en etapa de desarrollo y contar con un plan claro que demuestre el potencial de impacto y beneficios sociales.
- Haber cumplido con todos los campos de la convocatoria en formulario de Innobis y la Fundación Nobis.
- El equipo del proyecto debe de estar compuesto por lo mínimo de 2 personas.
- Es necesario que sean proyectos sostenibles y de alto potencial de impacto. No se aceptan proyectos de consultorías, franquicias y capacitaciones.
- El equipo debe ser multidisciplinario y debe contar con el talento y total compromiso con el proyecto.

Para mayor información puedes visitar la página <https://www.innobis.ec/convocatorias>

Apéndice # 4 Cotización del desarrollador

Buen día Luis Ordoñez,

Estamos felices de trabajar en tu nueva aplicación. En Yamblet.com valoramos tu tiempo, por eso contamos con asistencia 24/7 los 365 días del año.

A continuación adjuntamos el resumen de la cotización de tu app Impulsec.

Total:

Plataformas	\$6,318.72 USD
Estado actual	\$947.81 USD
Tamaño del proyecto	\$1,579.68 USD
Registro de usuarios	\$379.12 USD
Almacenamiento local	\$442.31 USD
Servicios web	\$315.94 USD
Geolocalización	\$0.00 USD
Servicios web externos	\$315.94 USD
Notificaciones push	\$1,579.68 USD
Estadísticas	\$94.78 USD
Administrador de contenidos	\$3,159.36 USD
Monetización	\$1,579.68 USD
Diseño gráfico	\$315.94 USD
Tiempo	\$315.94 USD

\$17,344.89 USD *

* El costo puede variar de acuerdo a requerimientos finales y actualizaciones en nuestro sistema.

Para empezar, un representante de Yamblet.com se comunicará contigo vía Email para agendar una llamada. También puede solicitarla inmediatamente desde el chat en vivo en Yamblet.com.

¡Gracias y bienvenido a Yamblet!

Apéndice # 5 Cotización del botón de pagos de la aplicación

The screenshot shows the Outlook interface. At the top, there's a search bar with 'paym' entered. Below it, search results are displayed under 'Resultados de la búsqueda'. The first result is 'Todas las carpetas' (All folders), which is selected. Below the search results, there's a section titled 'Tarifas Paymentez:' (Paymentez Tariffs:). The tariffs listed are: 1,50% + IVA en transacciones realizadas con tarjeta de crédito (1,50% + IVA on transactions made with credit card) and 0,50% + IVA en transacciones realizadas con tarjeta de débito (0,50% + IVA on transactions made with debit card).

Apéndice # 6 Autorización para remitir información desde la web de un tercero a la aplicación.

De: Juan Sebastián Iturralde Patiño <juanse.iturralde.p@gmail.com>

Enviado: martes, 24 de julio de 2018 11:33

Para: luisalbertoz_13@hotmail.com

Asunto: Re: Contacto ElEmprendedor

¡Hola Luis!

En resumen, lo que quieres es utilizar nuestro contenido para publicarlo en tu app con los debidos créditos, ¿correcto?

¡Saludos!

El 24 de julio de 2018, 12:07, Luisluisalbertoz_13@hotmail.com <contacto@elemprendedor.ec> escribió:

De: Luis

Email: luisalbertoz_13@hotmail.com

Cuerpo del Mensaje:

Hola, me parece super interesante los articulos que publica, actualmente me encuentro desarrollando un estudio de factibilidad para una aplicacion y enlazara articulos de su pagina web hacia la aplicacion, obviamente dandole sus creditos como autor y poniendo los links del articulo original?

Apéndice # 7 Encuesta realizada al perfil de inversionista

Estudio de factibilidad para una aplicación móvil dedicada para emprendedores e inversionistas

Encuesta para la obtención del título de Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe. El objetivo de esta encuesta es conocer si la muestra seleccionada (Inversionistas) estaría dispuesta a aceptar la creación de una aplicación móvil que ayude a contactar emprendedores con posibles socios dentro del Ecuador. En la presente encuesta no se pide ningún tipo de información de contacto este 100% seguro que esta información es usada con fines académicos.

***Obligatorio**

1-Ciudad

- Guayaquil
- Quito
- Cuenca
- Ambato
- Manta
- Machala

2-Género

- Hombre
- Mujer

3-Edad

- 22 a 25
- 26 a 30
- 31 a 35
- 36 a 40
- 41 a 45
- 46 o más

4-Ocupación *

Tu respuesta _____

||

5-¿Usted alguna vez ha realizado alguna inversión financiera en el Ecuador?

Si su respuesta es No, pase a la pregunta 7.

- Invertí dinero en un depósito a plazo fijo del banco.
- Invertí dinero en un negocio personal.
- Invertí dinero en una sociedad con otra persona.
- Invertí dinero en alguna de las bolsas de valores funcionales en el Ecuador.
- No

6-¿Considera usted que dicha inversión fue rentable?

- Sí
- No

7-¿Que tan importante considera los siguientes aspectos a la hora de realizar una inversión?

1.-Muy importante; 2.- Importante; 3.-Normal 4.-Poco importante; 5.-Totalmente Indiferente.

	1	2	3	4	5
La seriedad y el conocimiento de la institución o persona involucrada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La tasa de retorno ofrecida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El riesgo que implica la inversión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El tiempo que tomara la recuperación del capital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Que tan necesaria es su intervención para lograr los objetivos del proyecto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8-¿Estaría interesado en invertir dinero para proyectos emprendedores siempre y cuando estos cumplan sus expectativas?

Si su respuesta es No, se da por finalizada la encuesta y proceda a enviar el formulario.

- Sí
- No

9-¿Cuánto dinero usted estaria dispuesto a invertir?

- \$3.000 a \$5.000
- \$5.000 a \$10.000
- \$10.000 a \$15.000
- \$15.000 a \$20.000
- Otros: _____

10-¿Qué tipo de retorno prefiere?

- Un retorno sobre el dinero invertido es decir capital más intereses. El emprendedor le devuelve su inversión mas los intereses y el mantiene el 100% de su proyecto.
- Una participación societaria de la empresa. Esta le brindara un porcentaje de las ganancias que el proyecto reciba mientras siga operando, es decir, el emprendedor le cede un porcentaje de su empresa de acorde a su inversión.

11-¿En qué sector economico le gustaría invertir?

- Transporte
- Manufactura
- Comidas y Bebidas
- Comercio al por menor o mayor
- Importaciones
- Exportaciones
- Consultoría o Asesoría
- Agricultura
- Acuicultura
- Avicultura
- Educación
- Construcción
- Hotelería y turismo
- Otros

12-¿Estaría dispuesto a registrarse sin costo en una plataforma virtual funcional mediante una aplicación móvil que le permita visualizar distintos proyectos de emprendimientos y contactar a sus creadores en caso de algún interés, quienes son filtrados y verificados por la administración de la plataforma?

- Sí
- No

ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Condiciones adicionales](#)

Google Formularios

Apéndice #8 – Encuesta realizada al perfil del emprendedor

Estudio de factibilidad para una aplicación móvil dedicada para emprendedores e inversionistas

Encuesta para la obtención del título de Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe. El objetivo de esta encuesta es conocer si la muestra seleccionada estaría dispuesta a aceptar la creación de una aplicación móvil que ayude a contactar emprendedores con posibles socios dentro del Ecuador.

*Obligatorio

1-Ciudad *

- Guayaquil
- Quito
- Cuenca
- Ambato
- Manta
- Machala

2-Edad *

- 22-25
- 26-30
- 31-35
- 36-40
- 41-45
- 45 o más

3-Genero *

- Hombre
- Mujer

4-¿A qué se dedica? *

- Trabaja
- Estudia
- Trabaja y Estudia
- Desempleado

Especifique oficio o carrera universitaria

Tu respuesta _____

5-¿Cree usted que hace falta mayor información en cuestiones de educación financiera, estudio de mercado, requerimientos, procesos y fuentes de financiamiento hacia el emprendedor en el Ecuador? *

- Sí
- No
- Parcialmente

6-¿Alguna vez trato de buscar algún tipo de información relacionada con lo mencionado en la pregunta anterior? *

Si su respuesta es no, pase directamente a la pregunta 8

- Sí
- No

7-¿Qué tan difícil considera usted que le fue acceder a esta información?

1-Muy difícil; 2-Difícil; 3-Normal; 4-Fácil; 5-Muy Fácil

	1	2	3	4	5	
Muy Difícil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy Fácil

8-¿Tiene algún proyecto o idea que le gustaría emprender? *

Si su respuesta es no pase directamente a la pregunta 14.

- Sí
- No

9- ¿En qué sector económico le gustaría emprender?

- Transporte
- Manufactura
- Comidas y Bebidas
- Comercio al por menor o mayor
- Importaciones
- Exportaciones
- Consultoría o Asesoría
- Agricultura
- Acuicultura
- Avicultura
- Educación
- Construcción
- Hotelería y turismo
- Medicina
- Otros:

10-¿Que razón lo limita a hacerlo?

- Capital
- Conocimiento
- El entorno
- Otros: _____

11 - ¿Si tuviera la oportunidad de publicar un abstracto de su proyecto en una plataforma virtual funcional mediante una aplicación móvil, y así obtener contactos previamente filtrados y verificados que le ayuden a contrarrestar las limitaciones antes mencionadas, a cambio de darle una participación societaria de su proyecto? ¿Lo haría?

Participación Societaria: un porcentaje de la empresa; Si su respuesta es no, pase directamente a la pregunta 14.

- Si
- No

12-¿Estarías dispuesto a pagar por este servicio?

Si su respuesta es no, pase directamente a la pregunta 14.

- Si
- No

13-¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada contacto de un posible socio brindado con éxito?

- \$ 65 a \$ 75
- \$ 75 a \$ 85
- \$ 85 a \$ 95
- Otros: _____

14 -¿Qué metodo de pago prefiere usted? *

- Tarjeta de débito
- Tarjeta de crédito

15-Si existiera una aplicación móvil que ofrezca mayor información en cuestiones de educación financiera, estudio de mercado, requerimientos, procesos y fuentes de financiamiento de forma resumida y constantemente actualizada, además de ofrecer artículos de interés relacionado con el emprendimiento y poder visualizar o participar en ideas de negocios de los distintos usuarios ¿Consideraría descargar la aplicación en su teléfono? *

- Si
- No

ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Ordoñez Zeas, Luis Alberto**, con C.C: # **0926282716** autor/a del trabajo de titulación: **Estudio para la creación de una plataforma virtual para inversionistas y emprendedores del Ecuador** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 27 de Agosto del 2018

f. _____

Nombre: **Ordoñez Zeas, Luis Alberto**

C.C: **0926282716**

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Valarezo Quinaluisa, Rodrigo Andrés**, con C.C: # **0924755085** autor/a del trabajo de titulación: **Estudio para la creación de una plataforma virtual para inversionistas y emprendedores del Ecuador** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 27 de Agosto del 2018

f. _____

Nombre: **Valarezo Quinaluisa, Rodrigo Andrés**

C.C: **0924755085**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Estudio para la creación de una plataforma virtual para inversionistas y emprendedores del Ecuador		
AUTOR(ES)	Ordoñez Zeas, Luis Alberto y Valarezo Quinaluisa Rodrigo Andrés		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Santillán Pesántez, Jaime Antonio		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	27 de Agosto del 2018	No. DE PÁGINAS:	120
ÁREAS TEMÁTICAS:	Finanzas, Teletrabajo, Emprendimiento		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Emprendedores, Socios capitalistas, Inversionistas, Economía colaborativa, Aplicaciones móviles, Ecuador.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>Este documento de trabajo de titulación tiene por objeto examinar la factibilidad empresarial, técnica, de mercado y financiera para la creación de una plataforma virtual para inversionistas y emprendedores del Ecuador. Se analiza una serie de factores socioeconómicos para poder constituir una empresa que será la encargada de administrar el contenido de dicha plataforma e implementarla en el mercado ecuatoriano.</p> <p>El trabajo está dividido en seis capítulos que utilizan una metodología analítica-descriptiva, para estudiar todos los factores influyentes y mediante ese análisis determinar la factibilidad del proyecto. Este estudio inicia mediante el análisis de antecedentes del mercado, la industria y el producto para así determinar la problemática y los objetivos necesarios para solucionarla, una vez establecido estos parámetros se procede a la creación de un marco teórico, conceptual y legal que involucra todas las bases teóricas que respaldan la presente propuesta. El estudio continúa con la redacción del estudio técnico en donde establece que si es posible la creación de una aplicación con los parámetros requeridos de la propuesta, luego el estudio de la empresa donde detalla el procedimiento legal necesario para constituir una empresa acorde a la propuesta, continua con un estudio de mercado donde se estudia el perfil de dos usuarios que corresponden al emprendedor y al socio capitalistas detallando sus preferencias y opiniones respecto a la plataforma y finalmente se presenta un estudio financiero donde se procede a analizar los distintos estados e financieros proyectados bajo el análisis de los distintos indicadores correspondientes a la demanda.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +59398683417 - +593997809228	E-mail: luisalbertoz_13@hotmail.com - rodrigo94stm@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Coello Cazar, David		
	Teléfono: +593-4- 2209207		
	E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			