



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA AGENDA  
ELECTRONICA DE EVENTOS, EN LA CIUDAD DE  
GUAYAQUIL”.**

**AUTORAS:**

**ONOFRE DUNN, ANDREA CATALINA  
TAPIA AYALA, JENNIFFER PRISCILA**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de  
Ingeniera Comercial.**

**TUTOR:**

**LCDO, MASSON MUÑOZ, LUIS GERARDO, M. Sc.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Andrea Catalina, Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**.

**TUTOR**

\_\_\_\_\_  
**Lcdo, Masson Muñoz, Luis Gerardo, M. Sc.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

\_\_\_\_\_  
**Ing. Vergara Pereira, Darío Marcelo, Mgs.**

**Guayaquil, Marzo del 2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Nosotras, ANDREA CATALINA ONOFRE DUNN Y  
JENNIFFER PRISCILA TAPIA AYALA**

#### **DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA AGENDA ELECTRONICA DE EVENTOS, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**”, previa a la obtención del Título **de Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuya fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

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

**Guayaquil, marzo del 2015**

#### **AUTORAS**

---

**Andrea Catalina Onofre Dunn**

---

**Jennifer Priscila Tapia Ayala**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## **AUTORIZACIÓN**

**Nosotras, ANDREA CATALINA ONOFRE DUNN Y  
JENNIFFER PRISCILA TAPIA AYALA**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA AGENDA ELECTRONICA DE EVENTOS, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de **nuestra** exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, marzo del 2015**

**AUTORAS**

---

**Andrea Catalina Onofre Dunn**

---

**Jennifer Priscila Tapia Ayala**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, a la virgen María, a los santos y a todos los ángeles que han sabido guiarme y cuidarme día a día en mis momentos de alegría y adversidad.

A un ángel que me ha regalado Dios, mi abuelita Nelly Calderón Dumes, por ser mi madre incondicional desde que llegue a este mundo, por haber llenado mi vida con su gran amor, por haberme educado de la mejor manera, por enseñarme a ser mejor persona cada día y luchar a mi lado para ayudarme a alcanzar mis sueños.

A mi tía Maritza Dunn Calderón y mis tíos David Dunn Calderón y Carlos Dunn Calderón por formar parte de mi vida desde que nací, por apoyarme en todo momento y ayudar a educarme junto con mi abuelita Nelly.

A mi tía abuela Gladys Dunn por celebrar mis alegrías y darme fuerzas en mis momentos débiles.

A mi amiga y compañera Jenniffer Tapia, por todas las anécdotas tanto alegres como difíciles que hemos tenido que superar para realizar nuestro proyecto de titulación y a su vez planificar nuevas etapas en nuestro futuro. Por regalarme su amistad, paciencia, lealtad y confianza.

A mi tutor, Lcdo. Luis Masson por toda la ayuda brindada con sus conocimientos durante el proceso de titulación.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, que con su experiencia educativa me ha otorgado los mejores conocimientos para ser una profesional de éxito.

**Andrea Catalina Onofre Dunn**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios y los ángeles, por la vida, salud y sabiduría para tomar decisiones acertadas. Porque en los momentos difíciles que he atravesado, han sido una guía espiritual y me he sentido reconfortada, equilibrada, fortalecida y segura.

A mi mamá, por ser un apoyo en mi vida en los momentos alegres y tristes, por estar presente en este camino de aprendizaje y cuidar de mi hija mientras realizaba mis estudios.

A mi papá Ing. Iván Guizado, por su apoyo incondicional en todas las etapas de mi vida y su esfuerzo por sacarme adelante dándome una carrera para mi futuro, por estar a mi lado y creer siempre en mí.

A mi hija, por comprender en ocasiones mi ausencia y darme el tiempo para realizarme profesionalmente.

A mi hermana Ivanna Guizado, por ser quien me ha dado ánimos cuando más lo he necesitado, por estar conmigo y apoyarme siempre.

A mi hermano Jonathan Guizado, porque forma parte de lo que soy ahora.

A mi compañera y amiga Andrea Onofre, por todos esos momentos que hemos pasado juntas para la realización de esta investigación y la planificación de proyectos futuros. Por la amistad que hemos desarrollado y afianzado.

A la universidad Católica de Santiago de Guayaquil, porque a través de sus catedráticos me brindaron los conocimientos necesarios para convertirme en una profesional; especialmente al Lcdo. Luis Masson, por ser una orientación en el desarrollo de este proyecto hasta su culminación.

**Jenniffer Priscila Tapia Ayala**

## **DEDICATORIA**

A Dios por ayudarme a culminar mi carrera universitaria, a pesar de los diferentes momentos de adversidad por los que pase supo guiarme para que pueda retomar mis estudios hasta finalizarlos.

A mi ángel, mi abuelita y mi madre Nelly Calderón Dumes por su amor incondicional, por ser fuente de fuerza para no dejarme caer en mis momentos difíciles, por saberme motivar para que finalice mis estudios y aconsejarme día a día para luchar por continuar forjando mi camino tanto profesional como personal con ética, lucha y con la bendición de Dios.

A mi tía Maritza Dunn Calderón y mis tíos David Dunn Calderón y Carlos Dunn Calderón por darme su apoyo en mi educación, gran parte de lo que soy se lo debo a ustedes.

A Rita Courtin, por ayudarme a tener la oportunidad de culminar mis estudios universitarios y realizar un sueño más en mi vida.

**Andrea Catalina Onofre Dunn**

## **DEDICATORIA**

A mi hija, por ser mi impulso, mi motivación, la mayor alegría de mi vida, mi más grande amor, y la razón que me anima a seguir superándome. Para dejarle la enseñanza que cuando deseas algo no hay obstáculo que impida lograrlo.

A mi padre Ing. Iván Guizado, por ser el ángel quien ha velado por mi bienestar desde niña. Por ser mi padre, que me ha enseñado que puedo cumplir lo que me propongo con enfoque, disciplina y perseverancia. Por ser el ejemplo de vida que me ha demostrado que las adversidades que se presentan en el camino nos impulsan a llegar a la meta, que todo problema tiene solución.

A mi madre, que con sus consejos me ha ayudado a afrontar retos, por la confianza y el apoyo brindado en el trayecto de mi vida.

A mis hermanos Ivanna y Jonathan, para demostrarles que con constancia y perseverancia puede lograr lo que se propongan y que mi experiencia les sirva como base para sus planes futuros.

**Jennifer Priscila Tapia Ayala**



# ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	vi
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	vii
AUTORIZACIÓN.....	viii
AGRADECIMIENTO .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
DEDICATORIA .....	viii
CAPITULO I.....	19
PROBLEMAS - MARCO REFERENCIAL .....	19
1.1. Antecedentes .....	19
1.2. Definición del problema .....	20
1.3. La justificación del problema .....	21
1.4. Objetivos del Proyecto.....	21
1.4.1. Objetivo General.....	21
1.4.2. Objetivos Específicos.....	21
1.5. Hipótesis .....	22
1.6. Marco Referencial .....	22
1.6.1. Marco Teórico .....	22
1.6.2. Marco Conceptual .....	24
1.6.2.1. Marketing .....	24
1.6.2.2. Investigación de mercados .....	24
1.6.2.3. Marketing Digital .....	24
1.6.2.4. Redes Sociales .....	24
1.6.2.5. Aplicaciones Móviles.....	25
1.6.2.6. Web móvil .....	25
1.6.2.7. Geolocalización.....	25
1.6.2.8. M-Commerce.....	25
1.6.2.9. GPS .....	26
1.6.2.10. Desarrolladores de Sistemas Operativos Móviles.....	26
1.6.2.11. Los Desarrolladores: .....	26
1.6.2.12. HTML 5.....	27
1.6.2.13. Dreamweaver .....	27
1.6.2.14. SDK.....	27

1.6.2.15. Java .....	27
1.6.2.16. CSS3 .....	28
1.6.2.17. Framework.....	28
1.6.2.18. Hardware.....	28
1.6.2.19. Software .....	28
1.6.3. Marco Legal.....	29
CAPITULO II .....	42
ESTUDIO DE MERCADO.....	42
2.1. Diseño de Investigación .....	42
2.2. Identificación del servicio .....	43
2.3. Análisis de la demanda.....	43
2.3.1. Segmentación del mercado .....	43
2.3.2. Variables a considerar para el segmento de mercado .....	46
2.3.3. Segmento objetivo.....	48
2.3.4. Técnica de instrumento para la obtención de la información. ....	49
2.3.5. Grupo Focal.....	49
2.3.6. Presentación del Grupo Focal.....	50
2.3.7. Resultados de Preguntas del Grupo Focal.....	50
2.3.8. Análisis de los resultados.....	52
2.4. Análisis de la Oferta .....	53
2.4.1. Competidores directos.....	54
2.4.2. Competidores indirectos.....	56
2.4.3. Precio de la competencia .....	57
2.4.4. Consumidores .....	57
CAPITULO III .....	58
PLAN DE NEGOCIOS .....	58
3.1. Plan de Negocio .....	58
3.2. Modelo de Negocio .....	58
3.3. Análisis Técnico.....	60
3.3.1. Tamaño del proyecto .....	60
3.3.1.1. Mercado .....	60
3.3.1.2. Disponibilidad de recursos financieros.....	60
3.3.2. Descripción de Mobiliario y Hardware.....	61
3.3.3. Descripción de Software.....	61

3.3.4.	Descripción de Recursos Humanos Técnicos .....	62
3.3.5.	Descripción de Servicio Externos .....	63
3.3.6.	Localización de la Empresa .....	63
3.3.6.1.	Macro localización .....	63
3.3.6.2.	Micro localización .....	64
3.4.	Comercialización .....	65
3.4.1.	Características del producto .....	65
3.4.2.	Logo de identificación de la Agenda Electrónica.....	65
3.4.3.	Análisis FODA del producto.....	66
3.4.4.	Necesidades en el cliente que va a satisfacer.....	67
3.4.5.	Ventajas competitivas .....	67
3.4.6.	Estrategias de introducción al mercado.....	68
3.4.7.	Estrategias de ventas .....	68
3.4.8.	Principales clientes potenciales .....	68
3.4.9.	Estrategia de precios .....	68
3.4.10.	Canales de distribución .....	69
3.4.11.	Estrategias Publicitarias .....	69
CAPÍTULO IV.....		71
IMPLEMENTACIÓN.....		71
4.1.	Descripción del proyecto .....	71
4.2.	Alcance.....	71
4.3.	Especificaciones Funcionales .....	71
4.3.1.	Registro de Usuario.....	71
4.3.2.	Seguridad en Acceso.....	72
4.3.3.	Listado de Eventos.....	72
4.3.4.	GPS .....	72
4.3.5.	Reservación y pago desde el teléfono inteligente.....	72
4.3.6.	Imágenes .....	73
4.4.	Especificaciones técnicas .....	73
4.4.1.	Base de datos .....	73
4.4.2.	Frameworks herramientas de diseño y desarrollo .....	73
4.4.3.	Requerimientos para instalar la aplicación.....	74
4.4.4.	Requerimiento del hardware.....	74

4.5.	Funciones del Aplicativo.....	75
4.6.	Contenido de la Agenda Electrónica .....	75
4.7.	Descripción de Usuarios.....	81
CAPITULO V .....		82
ESTUDIO FINANCIERO .....		82
5.1.	Descripción del Estudio Financiero .....	82
5.2.	Plan de Inversiones.....	83
5.3.	Financiamiento.....	84
5.4.	Proyección de Ventas.....	86
5.5.	Costos del proyecto.....	87
5.6.	Gastos del Proyecto.....	89
5.7.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	90
5.8.	Balance General .....	92
5.9.	Estado de Flujos de Efectivo .....	94
5.10.	Análisis Financiero .....	96
5.11.	Punto de Equilibrio .....	97
CONCLUSIONES.....		99
RECOMENDACIONES.....		101
Bibliografía.....		102
ANEXOS .....		105

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CRITERIOS PERSONALES.....	44
TABLA 2: CRITERIOS DE ORDEN GEOGRÁFICO.....	45
TABLA 3: CRITERIOS DE PREFERENCIA.....	45
TABLA 4: SEGMENTO OBJETIVO.....	49
TABLA 5: PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS.....	50
TABLA 6: DIAGRAMA DE GANTT DEL PROYECTO.....	53
TABLA 7: PRECIO DE LA COMPETENCIA.....	57
TABLA 8: MODELO DE NEGOCIOS DE AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP” .....	59
TABLA 9: RECURSO HUMANO DE “EVENTAPP” .....	63
TABLA 10: VALOR QUE DEBEN PAGAR LAS EMPRESAS POR PUBLICACIÓN .....	69
TABLA 11: HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO GRAFICO.....	73
TABLA 12: CARACTERISTICAS DEL TELEFONO INTELIGENTE .....	74
TABLA 13: REQUERIMIENTOS DE HARDWARE .....	74
TABLA 14: FUNCIONAMIENTO DE LA AGENDA ELECTRONICA “EVENTAPP” .....	75
TABLA 15: DESCRIPCION DE USUARIOS .....	81
TABLA 16: CUADRO DE INVERSIONES DEL PROYECTO.....	83
TABLA 17: AMORTIZACIÓN DE APALANCAMIENTO DEL PROYECTO.....	85
TABLA 18: COMPORTAMIENTO DE VENTAS PARA EL 2015 .....	86
TABLA 19: RESUMEN DE VENTAS ANUAL .....	87
TABLA 20: DETALLE DE COSTOS DIRECTOS DEL PROYECTO .....	88
TABLA 21: COMPORTAMIENTO DE GASTOS DEL PROYECTO EN HORIZONTE DE PLANIFICACIÓN .....	90
TABLA 22: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS .....	91
TABLA 23: BALANCE GENERAL DEL PROYECTO .....	93
TABLA 24: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.....	95
TABLA 25: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO .....	96

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: PORCENTAJE DE PERSONAS QUE TIENEN TELÉFONO INTELIGENTE.....	47
GRÁFICO 2: PORCENTAJE DE PERSONAS QUE TIENEN TELÉFONO INTELIGENTE.....	47
GRÁFICO 3: UTILIZACION DEL TELEFONO INTELIGENTE.....	48
GRÁFICO 4: GUAYAQUIL MÓVIL “BIENVENIDOS” .....	55
GRÁFICO 5: LISTADO DE OPCIONES DE GUAYAQUIL MÓVIL.....	55
GRÁFICO 6: OPCIÓN “DONDE IR” DE GUAYAQUIL MÓVIL .....	56
GRÁFICO 7: GUAYAQUIL ES MI DESTINO, APP MÓVIL .....	56
GRAFICO 8: MACRO LOCALIZACIÓN.....	64
GRAFICO 9: MICRO LOCALIZACIÓN .....	64
GRÁFICO 10: OPCIONES DE APLICACIONES .....	76
GRÁFICO 11: OPCIONES DE INSTALACIÓN DE LA AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP”.....	76
GRÁFICO 12: AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP” .....	77
GRÁFICO 13: OPCIONES DE INSCRIPCIÓN AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP”.....	77
GRÁFICO 14: INSCRIPCIÓN DEL USUARIO EN LA AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP”.....	78
GRÁFICO 15: MENÚ DE LA AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP” .....	78
GRÁFICO 16: CATEGORÍAS DE EVENTOS QUE OFRECE LA AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP” .....	79
GRÁFICO 17: EVENTO ELEGIDO POR EL USUARIO .....	79
GRÁFICO 18: OPCIONES DE TARJETAS DE CRÉDITO.....	80
GRÁFICO 19: CONFIRMACIÓN DEL PAGO .....	80
GRÁFICO 20 PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES. ....	98

## RESUMEN

Este proyecto Estudia la factibilidad para crear una Agenda Electrónica de eventos en la ciudad de Guayaquil

El avance de la tecnología de la comunicación, nos permite acceder a mucha información sin dificultades. Hay varios sitios web con información específica sobre lugares al cual asistir en la ciudad; pero, buscar en cada uno de ellos resulta tedioso. Este proyecto tiene como objetivo promocionar eventos y brindar información sobre, a través de una aplicación móvil propuesta como una Agenda Electrónica para que las personas que estén interesadas puedan conocer y disfrutar de los atractivos de la ciudad.

Ante el aumento del uso de la tecnología en la ciudad y la evidencia de la necesidad, ha dado como resultado esta innovadora idea de crear una Agenda Electrónica denominada “EventApp”, donde el cliente pueda optimizar el tiempo de búsqueda, encontrar una variada gama de eventos organizados por categorías; y a la vez, hacer reservaciones y pagos mediante su teléfono inteligente con sistema Androide.

Esta investigación contiene una base teórica utilizada para el desarrollo del sistema tecnológico, prosiguiendo con los resultados del estudio para hacer la implementación adecuada y para finalizar, un estudio financiero realista con la factibilidad económica para la aplicación móvil.

La inversión inicial para la ejecución del proyecto proviene de un aporte de las socias accionistas y de un crédito bancario, de acuerdo a sus posibilidades de inversión, ya que es necesario adquirir equipos apropiados para la implementación del proyecto.

**Palabras claves:** Agenda Electrónica, Aplicación Móvil, Información y Promoción de eventos, Sistema Tecnológico, Teléfono Inteligente, Sistema Androide.

## ABSTRACT

This project studies the feasibility to create an Electronic Calendar of Events in the city of Guayaquil

The advancement of communication technology, allows us to access a lot of information easily. There are several websites with specific information about places where to visit in the city but looking for each one of them is tedious. This project aims to promote events and provide information through a mobile application proposed as an Electronic Agenda for people who are interested in learning and enjoying the attractions of the city.

With the increasing use of technology in the city and evidence of need, has as a result the innovative idea of creating an Electronic Agenda called "Event App", where the customer can optimize the search time, find a wide range of events organized by categories and also make reservations and payments via Smartphone with Android system.

This research contains a theoretical basis used for the development of technological system, continuing with the study's results to the proper implementation, and finally, a realistic financial study and economic feasibility for the mobile application.

The initial investment for implementing the project comes from a contribution of partner shareholders and a bank loan according to investment possibility, since it is necessary to acquire appropriate equipment for project implementation.

**Keywords:** Electronic Agenda, Mobile Application, Information and Event Marketing, Technological system, Smartphone, Android system.



## INTRODUCCION

Debido a que el mundo cambia de manera constante por los desarrollos tecnológicos que existen en el mercado, se decide elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una Agenda Electrónica de eventos la cual es una aplicación para teléfonos inteligentes con sistema Androide que brindara información y localización de varios eventos en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

Guayaquil siendo una ciudad de mayor número de habitantes en el país, es una metrópoli de las más dinámicas en el sector comercial así como cultural y socialmente del país, por ello se organiza múltiples eventos para sus habitantes. Por esta razón se decide analizar y desarrollarla en esta ciudad.

Considerando que hoy los clientes son más exigentes debido a las herramientas tecnológicas existentes se ha decidido elaborar el presente proyecto que contiene un análisis exhaustivo de su factibilidad para la creación de la Agenda Electrónica, la cual permite optimizar la búsqueda de tales eventos; así mismo, mostrarlos por categorías y localizaciones mediante una presentación amigable para que el cliente se sienta atendido a tiempo y a gusto con el producto.

La información que va a proporcionar esta aplicación móvil será a través de las empresas organizadoras de eventos que estén interesadas en promocionar sus eventos por medio de la Agenda Electrónica y decidan subscribirse. La Agenda Electrónica brindará información de eventos a las personas interesadas que tengan un teléfono móvil, además podrán hacer sus reservaciones, pagar por el evento, invitar a sus contactos y subir fotos desde el lugar de una manera fácil y ágil.

El desarrollo del proyecto está compuesto por cinco capítulos.

El primero con información referente a antecedentes, definición y justificación de problema, objetivos tanto general como específicos del proyecto, así como la hipótesis que contiene las variables y el marco referencial.

El segundo capítulo comprende el Estudio de Mercado el cual contiene el diseño de investigación, identificación del servicio, población y muestra, análisis de la demanda y la oferta.

El tercer capítulo contiene el Plan de Negocios del proyecto el cual incluye un estudio técnico y plan de mercadeo con su respectivo análisis del entorno tomando en cuenta la competencia directa e indirecta y la forma de promocionar y publicitar la aplicación móvil.

En el cuarto capítulo se desarrolla la implementación del proyecto el cual está compuesto por el desarrollo, el alcance, la descripción, características de los servicios que componen la Agenda Electrónica.

El quinto capítulo muestra el desarrollo del Estudio Financiero el cual contiene el cálculo de inversiones, costos y gastos, proyección de ventas y cálculo del punto de equilibrio, TIR, VAN y TMAR proyectados a 5 años.

La investigación utilizada para el desarrollo de este proyecto es de enfoque cualitativo por medio de la técnica de grupo focal con una guía de sesión se logró detectar las necesidades del sector además demostrar que el mercado está dispuesto a adquirir el producto y esto da como resultado la viabilidad del proyecto.

# CAPITULO I

## PROBLEMAS - MARCO REFERENCIAL

### 1.1. Antecedentes

Con el inicio de la nueva era tecnológica de los teléfonos inteligentes, las tabletas y las computadoras, han hecho que las personas estén más ligadas al acceso del internet, esto ha hecho que surjan nuevas herramientas en los dispositivos donde el usuario puede acceder de una manera más práctica sobre cualquier tipo de información.

En el Ecuador se presta servicios móviles desde 1993 en la banda de 850 MHz, en un inicio se denominaba servicios de “Telefonía Móvil Celular” y posteriormente se denominará “Servicio Móvil Avanzado”, (bandas 850 MHz y 1900 MHz), que incluye no sólo la prestación de telefonía móvil, sino servicios como transmisión de datos e internet móvil. (SUPERTEL, 2012, pág. 10).

Según la revista de la Superintendencia de Telecomunicaciones (2012), “Los teléfonos inteligentes brindan una gran versatilidad de conectividad con aplicaciones que entretienen y facilitan muchas actividades especialmente para profesionales que necesitan estar comunicados”.

El incremento de usuarios de teléfonos inteligentes ha originado que los desarrolladores puedan vender sus creaciones y ponerlas de manera gratuita en tiendas ya que esta información la pueden ver y si es decisión del usuario descargarla.

No podemos dudar que la tecnología bien utilizada contribuye a lograr un mejor desempeño y estar a la vanguardia en un mundo globalizado, cada vez son más las opciones y posibilidades que ofrecen los teléfonos inteligentes convirtiéndose en un ícono tecnológico del siglo XXI (SUPERTEL, 2012, p. 33).

Las nuevas utilidades aplicadas de software adaptadas a los teléfonos inteligentes han cambiado la tendencia del consumo del mercado para

solucionar problemas de la vida de los consumidores mediante las aplicaciones móviles.

En nuestro país en los últimos años, se puede notar un considerable incremento de servicios tecnológicos vinculados con el acceso a internet, permitiendo incorporar con mayor incidencia al Ecuador a este esquema mundial globalizado; sobre el que las Apps o aplicaciones han aportado revolucionariamente para modificar el concepto de tecnología, a través de la dotación de soluciones a actividades de la vida cotidiana de los ecuatorianos y su relación con el mundo, es así que hoy en día si se nos ocurre una idea de aplicación requerida, por más extraña que parezca, es muy probable que ya exista esta aplicación en una de las tiendas de Apps, entre las más conocidas y clasificadas por el sistema operativo adoptado por los dispositivos en los que se ejecutarán.(SUPERTEL, 2012, p. 35).

Actualmente las aplicaciones móviles están disponibles en tiendas virtuales para responder a las necesidades personales de los usuarios y especialmente se han creado para realizar tareas específicas complementadas para satisfacer la demanda de los usuarios.

Basadas en la evolución de la tecnología de los dispositivos móviles y a la falta de promoción de eventos se observó la necesidad de las personas de consultar de una forma más óptima lugares donde encontrar un evento y la información del servicio que ofrece, de acuerdo a su preferencia y finalmente decidir cual acudir.

El estudio pretende demostrar la factibilidad de este proyecto, el cual ayudará de una manera ágil al usuario ver cuáles son las opciones de eventos, así mismo comparar actividades y precios, en la ciudad de Guayaquil.

## **1.2. Definición del problema**

El problema se ubica en las diferentes empresas que brindan servicios de eventos en la ciudad, las cuales carecen de una herramienta electrónica donde puedan mostrar información de sus eventos.

Las dificultades que tienen los usuarios al momento de querer informarse de un evento y no encontrar la información en una página web o en una aplicación directamente.

### **1.3. La justificación del problema**

Mediante esta aplicación se podrá dar información a los usuarios sobre datos y actualizaciones existentes de actividades programadas, así mismo se busca promocionar a empresas que organicen eventos.

Al descargar la aplicación el cliente podrá acceder a una guía con fácil acceso a los eventos próximos a realizarse con un direccionamiento de cómo llegar mediante GPS.

### **1.4. Objetivos del Proyecto**

#### **1.4.1. Objetivo General**

Elaborar un estudio de factibilidad mediante una Investigación de mercado, para crear una Agenda Electrónica de Eventos, en la ciudad de Guayaquil proyectado para el año 2015.

#### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Identificar el problema del proyecto mediante una Investigación referencial y conceptual.
- Realizar un Estudio de Mercado del proyecto, determinando una muestra realizando en un grupo focal.
- Organizar un Plan de Negocios empleando estrategias de introducción al mercado.
- Implementar el proyecto
- Elaborar el Estudio Financiero del proyecto.

## **1.5. Hipótesis**

Con la creación de una Agenda Electrónica de Eventos se potenciará las ventas de diversos servicios empresariales por eventos, en la ciudad de Guayaquil.

Variables:

- Independiente X (causa): Agenda Electrónica.
- Dependiente Y (efecto): Potenciar ventas por servicios.

## **1.6. Marco Referencial**

### **1.6.1. Marco Teórico**

Se pretende desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una Agenda Electrónica de eventos en la ciudad de Guayaquil, mediante una aplicación móvil para teléfonos inteligentes que pueda brindar a las personas que estén interesadas sobre diferentes eventos con una amplia información como galería de fotos, mapas, reservaciones y pagos.

Al referirse a la creación de una aplicación móvil es necesario acudir a la base teórica de la tecnología para el desarrollo de este proyecto, además dará la pauta de los estándares utilizados en la investigación eso a la vez permite que futuros desarrolladores se basen en esta información.

#### **La historia del Android**

Fue desarrollado por Android Inc., empresa que en 2005 fue comprada por Google, aunque no fue hasta 2008 cuando se popularizó, gracias a la unión al proyecto de Open Handset Alliance, un consorcio formado por 48 empresas de desarrollo hardware, software y telecomunicaciones, que decidieron promocionar el software libre. Pero ha sido Google quien ha publicado la mayor parte del código fuente del sistema operativo, gracias al software Apache, que es una fundación que da soporte a proyectos software de código abierto. (Báez & Borrego, 2012, pág. 1)

### **Los inicios de las aplicaciones móviles:**

Las primeras aplicaciones datan a finales de los 90' estas eran lo que conocemos como la agenda, arcade games cumplían funciones muy elementales y su diseño era muy simple la evolución de las aplicaciones (apps) se dio rápidamente gracias a las innovaciones de la tecnología wap y la transmisión de datos (EDGE) esto vino acompañado de un desarrollo muy fuerte de celulares Apole iPhone y junto con él llega muchas propuestas de Smartphone entre ellas Android, la competencia más grande del sistema operativo del iPhone es aquí donde comienza el despunte de las aplicaciones, juegos, noticias, diseño, arte, fotografía, medicina, todo en tus manos gracias a la revolución de las aplicaciones móviles. Desde el momento en que Apple ios y el Android aparecen en el mercado el resto de empresas empieza a desarrollar nuevas tecnologías y lanza Smartphone cada vez más innovadores cada vez más potentes. (Gil Gallegos, 2014, pág. 1)

El desarrollo de las aplicaciones móviles se ha incrementado de forma acelerada en el Ecuador "Según los últimos datos de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) presentadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos a finales de 2011, el 8,4% de ecuatorianos es decir 522.640 personas poseen un teléfono inteligente". (Desarrollo de Aplicaciones Moviles , 2012)

La tendencia es clara, el uso de Smartphone va en aumento. En sus inicios estos dispositivos estuvieron dirigidos a un mercado de ejecutivos y profesionales que necesitaban sus funciones y herramientas para aumentar la productividad en sus trabajos. Sin embargo, el uso de los teléfonos inteligentes en Ecuador se ha extendido a jóvenes, amas de casa, y a toda una variedad de usuarios que buscan aprovechar las herramientas disponibles. (Desarrollo de Aplicaciones Moviles , 2012, pág. 47)

## **1.6.2. Marco Conceptual**

### **1.6.2.1. Marketing**

Según (Kotler & Armstrong, 2008) marketing es “un proceso social y de gestión, a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos u otras entidades con valor para los otros”.

Según (Stanton, Etzel, & Walker, 2007) define “la orientación hacia el cliente y la coordinación de las actividades mercadológicas para conseguir los objetivos corporativos”

### **1.6.2.2. Investigación de mercados**

Según (Benassini, 2009) define que la investigación de mercado es “la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general”

Por otro lado (Malhotra, 2008) menciona que La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing

### **1.6.2.3. Marketing Digital**

Según la web Marketing Digital desde cero (Lopez, 2013) define a marketing digital como “La forma de marketing tradicional (offline) llevada a internet, a través de recursos y herramientas propios de la red para conseguir algún tipo de conversión”.

### **1.6.2.4. Redes Sociales**

Los servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que



permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado (Urueña, Ferrari, Blanco, & Valdecasa, 2011, pág. 12).

#### **1.6.2.5. Aplicaciones Móviles**

Las Aplicaciones Móviles son uno de los segmentos del marketing móvil que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años. Se pueden encontrar en la mayoría de los teléfonos, incluso en los modelos más básicos (donde proporcionan interfaces para el envío de mensajería o servicios de voz), aunque adquieren mayor relevancia en los nuevos teléfonos inteligentes. (Libro Blanco de apps, 2011, pág. 12)

#### **1.6.2.6. Web móvil**

Una web móvil es un sitio cuyo diseño, navegación, contenidos y servicios están optimizados para ser accedidos y consumidos a través de un dispositivo móvil, entendiendo por dispositivo móvil cualquiera que pueda ser utilizado en movilidad (móviles tradicionales, Smartphones, tablets, e-readers y otros que puedan surgir en el futuro). (Libro Blanco de Las Web Moviles, 2012, pág. 5)

#### **1.6.2.7. Geolocalización**

Las funcionalidades de los teléfonos inteligentes permiten al usuario disponer de conexión en cualquier lugar y en cualquier momento. La integración del GPS permite transmitir la ubicación del usuario, teniendo acceso a la oferta de servicios que le rodea, lo que abre enormemente las posibilidades del marketing. (Libro banco del Comercio Electrónico , 2011, pág. 165)

#### **1.6.2.8. M-Commerce**

El m-commerce no es sólo la versión móvil del e-commerce. La explosión del canal móvil ha cambiado el comercio electrónico tradicional, debido a las nuevas fórmulas que se han desarrollado de

la mano del móvil. Numerosas tiendas tradicionales de comercio electrónico han adaptado sus portales a la navegación móvil mientras que otras han optado por lanzar una aplicación nativa en las plataformas más populares, cosechando excelentes resultados. (Libro blanco del Comercio Electrónico , 2011, pág. 167)

#### **1.6.2.9. GPS**

(Global Positioning System - Sistema de Posicionamiento Global). Se trata de un sistema global de navegación por satélite (GNSS) que permite localizar con precisión un dispositivo GPS en cualquier lugar del mundo. El sistema es desarrollado y actualmente operado por el Departamento de Defensa de EE.UU. Está compuesto por veinticuatro satélites (21 operativos y 3 de respaldo) que están en órbita a unos 20.200 km de la Tierra con trayectorias sincronizadas para cubrir toda la superficie terrestre. (Alegsa, 2013, pág. 1)

#### **1.6.2.10. Desarrolladores de Sistemas Operativos Móviles**

Desarrolladores de Sistemas Operativos (OS developer): se refiere a las diferentes tiendas lanzadas por fabricantes de sistemas operativos, como por ejemplo la tienda de Google o Windows. (Libro Blanco de apps, 2011, pág. 10)

#### **1.6.2.11. Los Desarrolladores:**

Pueden ser desde free-lance hasta grandes empresas dedicadas al desarrollo de software móvil, teniendo la capacidad de crear aplicaciones de publicidad múltiple o específica de una marca. Por otro lado, la segmentación de las audiencias se ha empezado a orientar hacia la oferta de contenidos a través de aplicaciones, lo que otorga a los desarrolladores un mayor peso específico. (Libro Blanco de apps, 2011, pág. 9)

### **1.6.2.12. HTML 5**

La quinta versión del estándar HTML promete la reproducción de características anteriormente sólo disponibles con ayuda de tecnología propietaria. HTML5 es uno de los factores clave que hacen que los desarrolladores sopesen el desarrollo de sitios móviles en lugar de aplicaciones nativas. (Balaz, 2013, pág. 120)

### **1.6.2.13. Dreamweaver**

Dreamweaver es la herramienta de diseño de páginas web más avanzada, tal como se ha afirmado en muchos medios. Aunque sea un experto programador de HTML el usuario que lo maneje, siempre se encontrarán en este programa razones para utilizarlo, sobre todo en lo que a productividad se refiere. (Alvarez, 2001, pág. 1)

### **1.6.2.14. SDK**

SDK son las siglas de Software Development Kit, lo que traduciéndolo a nuestro idioma sería un Kit de Desarrollo de Software. Mediante éste kit podemos desarrollar aplicaciones y ejecutar un emulador de la versión de Android (o de lo que sea). En Android todas las aplicaciones se ejecutan en Java. (Subirats, 2014)

### **1.6.2.15. Java**

Java es un lenguaje orientado a objetos que alcanzó su madurez con la popularización de Internet y que es, en cierta manera, el heredero legítimo de C++. La expansión de este lenguaje entre la comunidad de programadores ha sido vertiginosa y se ha impuesto como el paradigma de los lenguajes de programación orientados a objetos. (Garrido Cobo, 2013, pág. 8)

### **1.6.2.16. CSS3**

Las animaciones y efectos visuales CSS3 permiten crear interfaces gráficas de usuario sofisticadas para apps web. Entre estos efectos visuales encontramos desde degradados, máscaras y reflejos hasta efectos 2D y 3D más complejos. Combinando estos efectos visuales con gestos táctiles, podrás crear apps web que interactúen con el iPhone y el iPad prácticamente igual que las apps nativas. (Guía de Inicio Rápido para Desarrollar apps Internas, 2011)

### **1.6.2.17. Framework**

Según (ALEGSA, 2014) define “desde el punto de vista del desarrollo de software, un framework es una estructura de soporte definida, en la cual otro proyecto de software puede ser organizado y desarrollado”

### **1.6.2.18. Hardware**

Los componentes y dispositivos del Hardware se dividen en Hardware Básico y Hardware Complementario. El Hardware Básico: son las piezas fundamentales e imprescindibles para que la computadora funcione como son: Placa base, monitor, teclado y ratón. El Hardware Complementario: son todos aquellos dispositivos adicionales no esenciales como pueden ser: impresora, escáner, cámara de vídeo digital, webcam, etc. (mas adelante , 2000)

### **1.6.2.19. Software**

El *Software* es el soporte lógico e inmaterial que permite que la computadora pueda desempeñar tareas inteligentes, dirigiendo a los componentes físicos o hardware con instrucciones y datos a través de diferentes tipos de programas. El *Software* son los programas de aplicación y los sistemas operativos (mas adelante , 2000)

### 1.6.3. Marco Legal

Todo proyecto para su implementación necesita ser regulado por la ley debido a que es necesario que cumpla con la norma obligatoria, las que respalden su constitución. Actividades que corresponden a diferentes organismos municipales y gubernamentales como lo son la Superintendencia de Compañías, Municipio, Servicio de Rentas Internas, Ley del Comercio Electrónico, ley de la Propiedad Intelectual, entre otras. Obtención de permisos de funcionamiento (Anexo 11).

La regulación institucional que rige para la creación de empresas se basa en las determinaciones de las siguientes constituciones:

**IESS, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social:** El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una entidad, cuya organización y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Se encarga de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del sistema nacional de Seguridad Social (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2014)

**Ministerio de Relaciones Laborales:** Ministerio de Relaciones Laborales se ocupa del desarrollo organizacional y las relaciones laborales, para generar servicios de calidad incrementando la satisfacción laboral del Ecuador (Ministerio de Relaciones Laborales, 2012)

**Servicio de Rentas Internas:**

El Servicio de Rentas Internas busca ser una organización sustentada en los principios de justicia, equidad y absoluta neutralidad política, fundamentales para su relación con el contribuyente, pero también con quienes aspiran, en ejercicio de su legítimo derecho, a ocupar una posición en la entidad. Estos principios asignan imparcialidad a la Administración Tributaria e independencia para definir sus políticas y estrategias de gestión y han permitido se maneje con equilibrio,

transparencia y firmeza en la toma de decisiones. Guiarse bajo estos principios, le garantiza la aplicación confiable y transparente de las políticas y legislación tributaria. (Servicio de Rentas Internas, 2011) (Anexo 5).

**En la (Ley del Regimen Tributario, 2004) constan los siguientes artículos con las obligaciones para este tipo de emprendimiento:**

**Art. 3.- Sujeto Activo.-** El sujeto activo de este impuesto es el Estado. Lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas.

**Art. 4.- Sujetos Pasivos.-** Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley. Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad, pagarán el impuesto a la renta en base de los resultados que arroje la misma (Ley del Regimen Tributario, 2004).

Así mismo en su Capítulo IV señala:

**Art. 67.- Declaración del impuesto.-** Los sujetos pasivos del IVA declararán el impuesto de las operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas, salvo de aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago en cuyo caso podrán presentar la declaración en el mes subsiguiente de realizadas, en la forma y plazos que se establezcan en el reglamento. Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado, presentarán una declaración semestral de dichas transferencias, a menos que sea agente de retención de IVA (Ley del Regimen Tributario, 2004).

Por otro lado en su Capítulo X de la (Ley del Regimen Tributario, 2004) cita:

**Art. 43.-** Retenciones en la fuente de ingresos del trabajo con relación de dependencia.- Los pagos que hagan los empleadores, personas naturales o sociedades, a los contribuyentes que trabajan con relación de dependencia, originados en dicha relación, se sujetan a retención en la fuente con base en las tarifas establecidas en el artículo 36 de esta Ley de conformidad con el procedimiento que se indique en el reglamento (Ley del Regimen Tributario, 2004).

**Art. 44.-** Retenciones en la fuente sobre rendimientos financieros.- Las instituciones, entidades bancarias, financieras, de intermediación financiera y, en general las sociedades que paguen o acrediten en cuentas intereses o cualquier tipo de rendimientos financieros, actuarán como agentes de retención del impuesto a la renta sobre los mismos. Cuando se trate de intereses de cualquier tipo de rendimientos financieros, generados por operaciones de mutuo y, en general, toda clase de colocaciones de dinero, realizadas por personas que no sean bancos, compañías financieras u otros intermediarios financieros, sujetos al control de la Superintendencia de Bancos y Seguros, la entidad pagadora efectuará la retención sobre el valor pagado o acreditado en cuenta. Los intereses y rendimientos financieros pagados a instituciones bancarias o compañías financieras y otras entidades sometidas a la vigilancia de la Superintendencia de Bancos y Seguros no están sujetos a la retención prevista en los incisos anteriores (Ley del Regimen Tributario, 2004).

**Art. 45.-** Otras retenciones en la fuente.- Toda persona jurídica, pública o privada, las sociedades y las empresas o personas naturales obligadas a llevar contabilidad que paguen o acrediten en cuenta cualquier otro tipo de ingresos que constituyan rentas gravadas para quien los reciba, actuará como agente de retención del impuesto a la renta. El Servicio de Rentas Internas señalará periódicamente los porcentajes de retención, que no podrán ser superiores al 10% del pago o crédito realizado. No procederá retención en la fuente en los pagos realizados ni al patrimonio de propósito exclusivo utilizados para desarrollar procesos de

titularización, realizados al amparo de la Ley de Mercado de Valores. Los intereses y comisiones que se causen en las operaciones de crédito entre las instituciones del sistema financiero, están sujetos a la retención en la fuente del uno por ciento (1%). El banco que pague o acredite los rendimientos financieros, actuará como agente de retención y depositará mensualmente los valores recaudados (Ley del Regimen Tributario, 2004).

### **M. I. Municipalidad de Guayaquil:**

La M. I. Municipalidad de Guayaquil informa mediante su página web los trámites del uso del espacio de suelo y vía pública para la obtención de la tasa de habitación se muestran los siguientes pasos:

Paso 1 debe registrarse como usuario en la página web del municipio de Guayaquil. Ingrese a la página web del municipio de Guayaquil ([www.guayaquil.gob.ec](http://www.guayaquil.gob.ec)). En la sección “servicios en línea”, de clic en el menú “mi cuenta”, de clic en la opción regístrate.

- Llene la información solicitada en el formulario de registro. Verifique sus datos, especialmente la cuenta de correo electrónico antes de dar clic en el botón “registrar”.
- Le llegará a su correo electrónico un acuerdo de responsabilidad, el cual deberá imprimir, luego llenar sus datos y firmar.
- Finalmente, para la activación de su cuenta debe acercarse con el acuerdo de responsabilidad junto con los requisitos indicados al área de atención ciudadana, ubicadas en: edificio Martín avilés, frente al palacio municipal. (Clemente Ballén 211 y pichincha. área interna de la planta baja). (M. I. Municipalidad de Guayaquil, s.f.)

Paso 2 obtener la consulta de uso de suelo ¿Qué es uso de suelo?

- Es el documento que indicará inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el local. ¿Cómo se obtiene el uso de suelo?



- Lo puede obtener a través de la página web del municipio, [www.guayaquil.gob.ec](http://www.guayaquil.gob.ec), en la sección de “servicios en línea” de clic en “consulta de uso de suelo”.

- Para las solicitudes que no obtienen respuesta en el sistema de servicios en línea, o en el caso que no se encuentra su actividad en el “listado de actividades”, deberá descargar formulario de solicitud de consulta de uso de suelo de la página web e ingresarlo con requisitos en la ventanilla 40.

- 1) Tasa de trámite de uso de suelo valor \$ 2, comprar en las cajas recaudadoras (palacio municipal, malecón 1600 y clemente Ballén, esq. bloque noreste 1, planta baja)

- 2) Formulario de solicitud de consulta de uso de suelo (lo descarga de la página web o lo retira en la ventanilla 40 (palacio municipal, pichincha 613 y 10 de agosto, bloque suroeste 3, planta baja). (M. I. Municipalidad de Guayaquil, s.f.)

Paso 3 solicitud de la tasa de habilitación (realice el trámite desde la comodidad de su casa u oficina) la solicitud se la efectúa a través de la internet en la página del municipio de Guayaquil, [www.guayaquil.gob.ec](http://www.guayaquil.gob.ec) en la sección de “servicios en línea”. Para acceder a este servicio previamente debe contar con su usuario y contraseña conforme a lo indicado en el paso 1. Previamente al ingreso de su solicitud debe verificar el cumplimiento de los siguientes requisitos básicos, los cuales serán validados o requeridos durante el ingreso de su solicitud:

- Registrar el establecimiento en el servicio de rentas internas.
- Uso de suelo no negativo para la actividad económica
- Contar con el certificado definitivo del año vigente del benemérito cuerpo de bombero.
- La patente municipal vigente.
- En caso de no ser el propietario de la edificación donde realiza la actividad deberá contar con: contrato de arrendamiento o carta de cesión de espacio.

Paso 4: pago y obtención de la tasa de habilitación dependiendo de las características específicas de su solicitud de tasa de habilitación puede que al culminar de ingresar los datos se presente alguna de las siguientes situaciones:

- Su trámite puede ser aprobado de manera automática a través de la página [www.guayaquil.gob.ec](http://www.guayaquil.gob.ec), y de manera inmediata se generará la impresión de orden de pago, posteriormente deberá efectuar el pago del mismo a través de las cajas de recaudación ubicadas en el palacio municipal (malecón 1600 y clemente ballén, esq. bloque noreste 1, planta baja) para la obtención de su tasa de habilitación.
- Su trámite puede ser enviado para la revisión de la jefatura de tasa de habilitación, generándose un número de trámite al cual deberá efectuar el correspondiente seguimiento a través de la sección de solicitudes realizadas de tasa de habilitación en el área de servicios en línea de la página [www.guayaquil.gob.ec](http://www.guayaquil.gob.ec) de la M.I. Municipalidad De Guayaquil. (M. I. Municipalidad de Guayaquil, s.f.)

### **Superintendencia de Compañías**

La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley. (Superintendencia de Compañías, 2012). (Anexo 6).

Dentro de la (Ley de Compañías, 1999) constan los siguientes artículos para la constitución de este emprendimiento:

**Art. 5.-** Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

**Art. 20.-** Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a

ésta, en el primer cuatrimestre de cada año: a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley; b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y, c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías. El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia (Ley de Compañías, 1999).

#### **Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual:**

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) es el ente estatal que regula y controla la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual, es decir, las creaciones. El IEPI es el Organismo Administrativo Competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la Ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2012) (Anexo 7).

En la (Ley de Propiedad Intelectual, 1998) se encuentran los artículos que nos van a guiar en este emprendimiento:

**Art. 18.-** La Dirección Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos, de conformidad con la Ley de Propiedad Intelectual, aprobará el estatuto constitutivo de las sociedades de gestión colectiva y otorgará la autorización para su funcionamiento.

Los autores, los titulares de derechos conexos y sus causahabientes nacionales o extranjeros podrán formar parte de las sociedades bajo las limitaciones previstas en la ley y este reglamento.

Las personas legitimadas para formar parte de una sociedad podrán pertenecer a una o varias de acuerdo con la diversidad de la titularidad de los derechos patrimoniales que ostenten (Ley de Propiedad Intelectual, 1998).

**Art. 19.-** Para la aprobación del estatuto se presentará la siguiente documentación:

- a) Acta de constitución de la sociedad de gestión colectiva como persona jurídica de derecho privado sin fin de lucro, regulada por la Ley de Propiedad Intelectual y el Título XXIX, Libro I, del Código Civil; y,
- b) El estatuto que regirá a la sociedad de gestión colectiva (Ley de Propiedad Intelectual, 1998).

**Art. 20.-** El estatuto de las sociedades de gestión colectiva deberá contener al menos lo siguiente:

- a) La denominación, que no podrá ser idéntica a la de otras entidades ni tan semejante que pueda conducir a confusión;
- b) El objeto o fines, con especificación de la categoría o categorías de los derechos administrados, los cuales deberán limitarse a la protección del derecho de autor o de los derechos conexos;
- c) Las clases de titulares de derechos comprendidos en la gestión y las distintas categorías de miembros, tales como la de socios y la de administrados sin dicha calidad, a efectos de su participación en el gobierno de la sociedad;
- d) Las condiciones para la admisión como socios de los titulares de derechos que lo soliciten y acrediten su calidad de tales, así como las causas para la pérdida o suspensión de tal calidad;

e) Los deberes de los socios y su régimen disciplinario, así como sus derechos, en particular, los de información y de votación;

f) La designación de los órganos de administración y sus respectivas competencias, así como la determinación de quién ejercerá la representación legal.

Los períodos de duración en el cargo de los representantes legales no podrán ser inferiores a dos años ni superiores a cinco.

La calidad de representante legal de la sociedad, necesariamente, implicará las siguientes atribuciones que deberán constar en el estatuto:

1. Potestad de suscribir toda clase de actos o contratos a nombre de la sociedad;

2. La capacidad de comparecer a juicio a nombre de la sociedad;

3. La atribución de convocar y presidir las sesiones de la Asamblea General;

4. La potestad de contratar a los trabajadores que presten sus servicios a la sociedad;

5. La potestad de reinvertir las ganancias en base a las instrucciones que para el efecto deberá solicitar a la Asamblea General.

a) La determinación de que la Asamblea General, integrada por los miembros de la sociedad, es el órgano supremo de gobierno que está privativamente autorizado para aprobar reglamentos de tarifas y resolver sobre el porcentaje que se destine a gastos de administración;

b) El patrimonio inicial y los recursos previstos;

c) El régimen de control de la gestión económica y financiera de la entidad;

d) El destino del patrimonio en el evento de su disolución y liquidación, que en ningún caso podrá ser objeto de reparto entre los socios; y,

e) Las normas que regirán su liquidación y la forma de designar al liquidador o liquidadores.

**Nota: Los literales y numerales que constan en este artículo están incorporados textualmente según su publicación en el Registro Oficial** (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2012).

**Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información:**

Ser el órgano rector del desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en el Ecuador, que incluyen las telecomunicaciones y el espectro radioeléctrico, que emite políticas, planes generales y realiza el seguimiento y evaluación de su implementación, coordinando acciones con los actores de los sectores estratégicos para garantizar el acceso igualitario a los servicios y promover su uso efectivo, eficiente y eficaz, que asegure el avance hacia la sociedad de la información para el buen vivir de la población ecuatoriana. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2009) (Anexo 8).

Dentro de la (Ley de Comercio Electronico, Firma y Mensaje de Datos, 2002) constan los siguientes artículos que sustentan este emprendimiento:

**Art. 1.-** Objeto de la ley.- Esta ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas (Ley de Comercio Electronico, Firma y Mensaje de Datos, 2002).

En el Título III, Capítulo III, De los derechos de los usuarios o consumidores de servicios electrónicos de la (Ley de Comercio Electronico, Firma y Mensaje de Datos, 2002) menciona:

**Art. 50.-** Información al consumidor.- En la prestación de servicios electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones, de conformidad con lo

previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento.

Cuando se tratare de bienes o servicios a ser adquiridos, usados o empleados por medios electrónicos, el oferente deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes o servicios promocionados. La publicidad, promoción e información de servicios electrónicos, por redes electrónicas de información, incluida la internet, se realizará de conformidad con la ley, y su incumplimiento será sancionado de acuerdo al ordenamiento jurídico vigente en el Ecuador.

En la publicidad y promoción por redes electrónicas de información, incluida la Internet, se asegurará que el consumidor pueda acceder a toda la información disponible sobre un bien o servicio sin restricciones, en las mismas condiciones y con las facilidades disponibles para la promoción del bien o Servicio de que se trate.

En el envío periódico de mensajes de datos con información de cualquier tipo, en forma individual o a través de listas de correo, directamente o mediante cadenas de mensajes, el emisor de los mismos deberá proporcionar medios expeditos para que el destinatario, en cualquier tiempo, pueda confirmar su suscripción o solicitar su exclusión de las listas, cadenas de mensajes o bases de datos, en las cuales se halle inscrito y que ocasionen el envío de los mensajes de datos referidos.

La solicitud de exclusión es vinculante para el emisor desde el momento de la recepción de la misma. La persistencia en el envío de mensajes periódicos no deseados de cualquier tipo, se sancionará de acuerdo a lo dispuesto en la presente ley.

El usuario de redes electrónicas, podrá optar o no por la recepción de mensajes de datos que, en forma periódica, sean enviados con la

finalidad de informar sobre productos o servicios de cualquier tipo (Ley de Comercio Electronico, Firma y Mensaje de Datos, 2002).

### **Ministerio de turismo**

En la ley de (Turismo, 2008) constan los siguientes artículos:

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables (Turismo, 2008). (Anexo 10).

### **Condiciones del Servicio de Google Play**

Este Servicio está sujeto a las Condiciones del servicio de Google ("Condiciones del servicio de Google"). Google Play es un "Servicio", tal como se define en las Condiciones del Servicio de Google, y estas son condiciones adicionales que se aplican al uso de Google Play. El uso que haga de Google Play y del contenido digital disponible



a través de este servicio está sujeto a las Condiciones del Servicio de Google Play y a las Condiciones del Servicio de Google (denominadas conjuntamente las "Condiciones"). Hay algunas condiciones independientes que se aplican a la venta de dispositivos de Google Play Store (cuando están disponibles). (Condiciones del Servicio de Google Play, 2014)

## **CAPITULO II**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1. Diseño de Investigación**

En este capítulo se desarrollaran aspectos importantes que orienten el diseño del estudio realizado. Para la exposición y desarrollo del contenido se ha utilizado de forma general, el esquema de diseño de investigación cualitativa.

Se puede definir a la investigación cualitativa como un instrumento que nos va a permitir entender y profundizar en la herramienta que se desea investigar para proponer una aplicación factible para teléfonos inteligentes. De esta manera el estudio de mercado determina la viabilidad del proyecto.

Según (Taylor & Bogdar, 2000) define a los métodos cualitativos a “la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable”.

Para que haya investigación cuantitativa se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Claridad entre los componentes del problema.
- Saber dónde se origina y donde culmina.

Para desarrollar la metodología dentro del proyecto de investigación se ha optado por realizar un grupo focal para recopilar información la cual permitirá realizar un análisis y conclusión de los resultados. La misma que tiene como objetivo determinar lo que actualmente es más importante en el mercado de eventos locales.

Con el desarrollo de este estudio de mercado se pretende visualizar el entorno actual en el cual se quiere introducir la Agenda Electrónica.

## **2.2. Identificación del servicio**

Las características de la aplicación móvil propuesta como Agenda Electrónica “EventApp” no existe en el mercado, pueden existir aplicaciones con características muy parecidas, pero no contienen alternativas como pagos y reservas.

La nueva era de los Smartphone ha abierto un nuevo mercado para poder expandirse con aplicaciones que ofrezcan una ayuda al cliente. Los mayores captadores de esta herramienta tecnológica son las personas con un rango de edad de entre 25 a 34 años que posean teléfonos inteligentes y tarjeta de crédito.

Se decide crear la aplicación debido al mercado que se está abriendo a la era de dispositivos móviles, debido a que el manejo es fácil y óptimo.

## **2.3. Análisis de la demanda**

A las cantidades de un bien que los consumidores deseen y puedan comprar las denominamos demanda de dicho bien. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. Así, la demanda refleja una intención, y la compra constituye una acción. Un agente demanda un bien cuando lo desea y, además, posee los recursos necesarios. La cantidad demandada es la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar (Mochón & Beker, 2008, pág. 25).

Dentro del proyecto, el análisis de la demanda consta de aspectos primordiales por la importancia que tienen en los resultados del proyecto.

### **2.3.1. Segmentación del mercado**

Es el proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. (Universidad de Valencia).

Para realizar una segmentación adecuada para determinar el mercado necesario se consideran las siguientes variables que ayudan a identificar el segmento al que se dirigirá el proyecto.

**Criterio de segmentación:**

- Criterios Personales

**TABLA 1: CRITERIOS PERSONALES**

Base de Segmentación	Categorías.
Sexo	masculino / femenino
Edad	Menos de 6 / 6 a 12 / 13 a 19 / 20 a 29 / 30 a 39...
Educación	Ninguna / Básica / secundaria sin finalizar / secundaria finalizada / superior / postgrado...
Ocupación	Profesional / técnico / gerencia / empleado
Religión	Católico / Protestante / Judío
Raza	Blanca / Negra / Latina
Clase Social	Baja baja / Media baja / media media / Media alta / Alta Alta
Tamaño de Familia	1 / 2....
Responsabilidad familiar y Estado Civil	Familia, hijos, responsabilidades
Ciclo de vida familiar	Joven, soltero, joven casado, casado con hijos mayores etc...

**Fuente: Gestiopolis**

- Criterios de orden geográfico

**TABLA 2: CRITERIOS DE ORDEN GEOGRÁFICO**

Base de Segmentación	Categorías.
Nacionalidad	País de origen o de mercado destino
Tamaño localidad	menos de 5000, 5 a 20 mil habitantes, 20 a 100 mil, 500.000 etc
Tipo de población	Rural, Suburbana, Urbana
Tipo de clima	Cálido, frío
Idioma	Según nacionalidad
Leyes según región	-----
Comportamiento cultural	Costumbres, maneras etc.

**Fuente: Gestipolis**

- Criterios de preferencia

**TABLA 3: CRITERIOS DE PREFERENCIA**

Base de Segmentación	Categorías.
Deportivas	Baseball, soccer, tenis
Hobbies	Colecciones, grupos de discusión etc
Pasatiempos	Viajes, Diversión
Música	Rock,
Lectura	Comedia, técnica, romántico etc

**Fuente: Gestipolis**

### **2.3.2. Variables a considerar para el segmento de mercado**

Las principales variables tomadas en cuenta para la segmentación fueron. Según datos publicados por el (INEC, 2011), indican que 1.440.001 usuarios se conectan a internet por medio de sus teléfonos móviles.

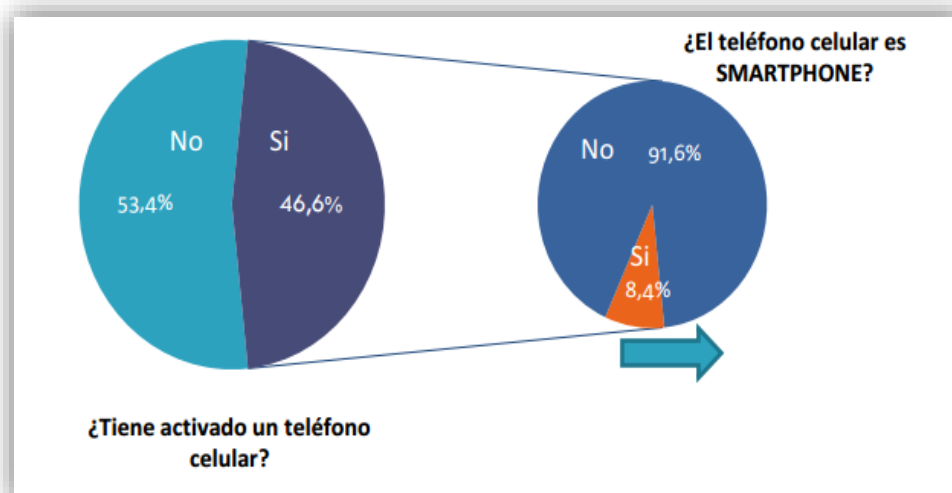
Esta cifra es la mitad del total de las personas que se conectan en la web que son 3.500.000. Otro factor importante es la cantidad de aplicaciones son del exterior y las operadoras de telefonía móviles optan por promover este tipo de servicios y así abre las puertas para promocionar aplicaciones.

Los ecuatorianos navegan por internet desde su Smartphone y acceden a sus cuentas en Facebook y Twitter. Según datos publicados por el (INEC, 2011), existen 2,8 millones de ecuatorianos que en este momento tienen un Smartphone en sus manos el cual se ha vuelto una herramienta indispensable para la vida y el trabajo diario de las personas.

El informe anual de estadísticas sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones efectuado en el 2011 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) indica lo siguiente:

El grafico 1 nos demuestra que el 8,4% (522.640) de los ecuatorianos utilizan Smartphone, del cual el 16,6% (191.781) son guayaquileños.

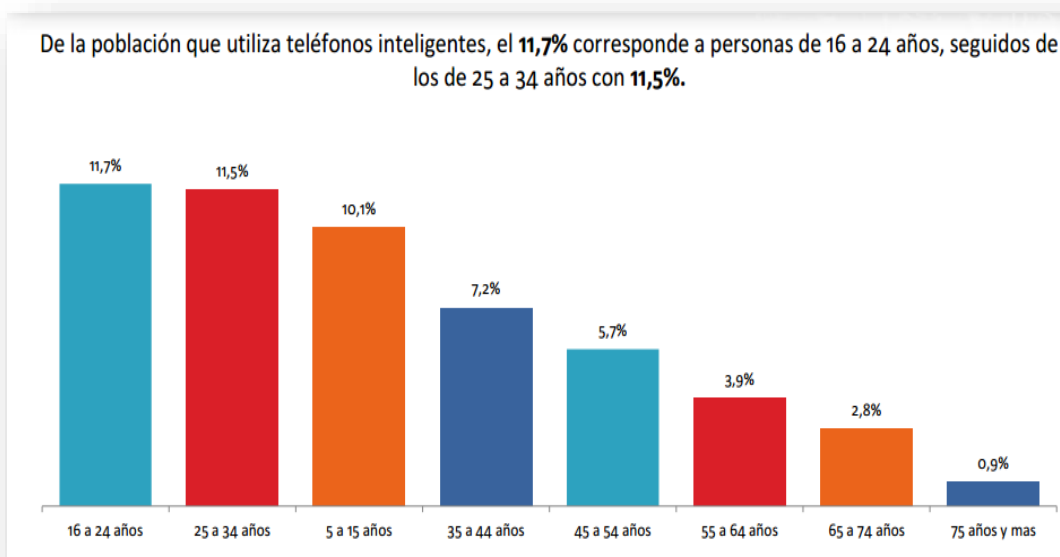
## GRÁFICO 1: PORCENTAJE DE PERSONAS QUE TIENEN TELÉFONO INTELIGENTE



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo ENEMDUR – Nacional Total, 2011

El gráfico 2 nos demuestra el porcentaje de personas que utilizan teléfonos inteligentes por rangos de edad. Podemos evidenciar que el rango de edades que vamos a investigar es de 25 a 34 años es de un 11,5%.

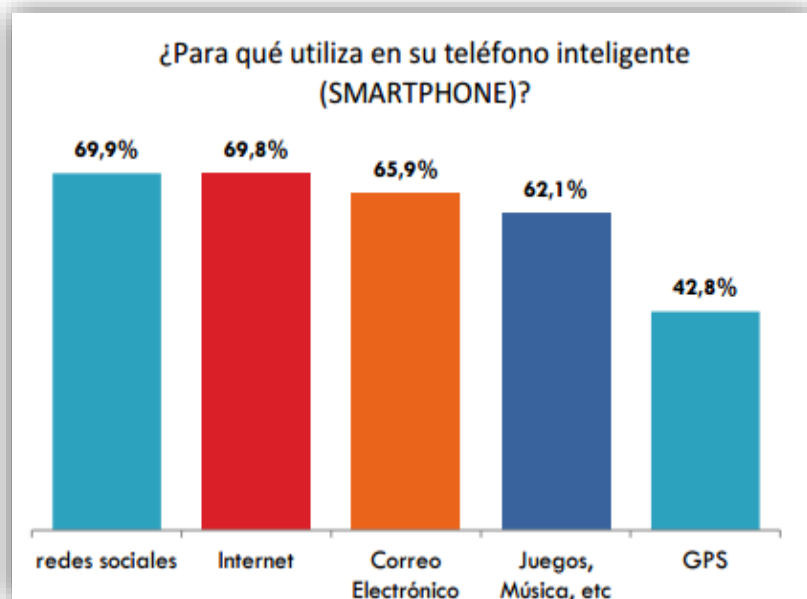
## GRÁFICO 2: PORCENTAJE DE PERSONAS QUE TIENEN TELÉFONO INTELIGENTE



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDUR – Nacional Total, 2011

El gráfico 3 nos demuestra la utilización del teléfono inteligente por lo que 69,9% utiliza redes sociales.

**GRÁFICO 3: UTILIZACION DEL TELEFONO INTELIGENTE**



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDUR – Nacional Total, 2011

### 2.3.3. Segmento objetivo

Para el desarrollo de la investigación del presente proyecto se consideró el aumento de las descargas de aplicaciones móviles en la ciudad de Guayaquil.

Los permanentes recursos económicos asignados (desde el año 2000 más de \$6000 millones) para proveer innovación, tecnología, cobertura, buenos precios y servicio la han llevado a ser la empresa preferida por los usuarios. Este esfuerzo constante, ha permitido el desarrollo de nuevas aplicaciones basadas en las preferencias de los usuarios, superando las expectativas de los mercados que inicialmente utilizaban solo voz y mensajes de texto. (SUPERTEL, Desarrollo de Aplicaciones Mviles, 2012)

Los clientes interesados en la Agenda electrónica serían las personas socialmente activas o que demuestren interés de tener información sobre eventos de capacitaciones, ferias, tecnología, arte y cultura, deportivos,



entretenimiento, restaurantes, sociales. Usuarios de dispositivos Androide porque es la empresa que más llega en el mercado, debido a su tecnología, servicios, variedad y precio. Además de tener la licencia más económica para su desarrollo. Perfil de los futuros usuarios de la aplicación móvil.

**TABLA 4: SEGMENTO OBJETIVO**

	Usuarios de Smartphone en Guayaquil	
	# de Usuarios	%
<b>Segmento objetivo</b>	191.781	16,6%

Fuente: INEC

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

#### **2.3.4. Técnica de instrumento para la obtención de la información.**

La investigación tuvo un tiempo de duración de cuatro meses, después se desarrolló un grupo focal para que los integrantes aporten ideas y contesten las preguntas preparadas.

Se realiza una investigación por medio de un grupo focal, para que se pueda identificar los requerimientos y necesidades del segmento de mercado. Además las sugerencias y opiniones de los participantes ayudaran a que el servicio sea completo.

#### **2.3.5. Grupo Focal**

Según (Korman, 1978 ) Grupo Focal es “Una reunión de un grupo de individuos seleccionados por los investigadores para discutir y elaborar, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de una investigación elaborada”

Para desarrollar este grupo focal se necesitó la colaboración de 10 integrantes que cumplan con el perfil para la investigación, se seleccionó en

base a las variables mencionadas anteriormente de los usuarios que van a utilizar la aplicación.

Con el fin de recopilar información sobre los gustos, preferencias, aceptación, rechazo, nuevas propuestas, dudas e inquietudes. Se empleó una guía de sesión.

El objetivo de realizar el grupo focal es explicar las razones por las cuales se crea el servicio, además observar de los integrantes las actitudes, las percepciones y el interés de aceptación por la aplicación.

**TABLA 5: PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS.**

<b>Perfil de los entrevistados</b>
Ciudad: Guayaquil, Ecuador
Área: urbana
Edad: 25 a 34 años
Género: femenino, masculino
Clase social: Media baja / media media / Media alta
Eventos de interés: capacitaciones, cultura, talleres, farras, etc.

**Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala**

### **2.3.6. Presentación del Grupo Focal**

- Se mencionó el objetivo del Grupo Focal
- Se realizaron las preguntas
- Se concluyó con una demostración de la aplicación y escuchamos las sugerencias de los participantes.

### **2.3.7. Resultados de Preguntas del Grupo Focal**

El grupo focal se realizó el día sábado 22 de noviembre del 2014 con diez personas con un rango de edad entre 25 a 34 años que continuamente asisten a eventos, utilizan aplicaciones mediante sus teléfonos inteligentes y tienen diferentes niveles socioeconómicos.

Se les mostro el nombre del producto, se mencionó las funciones y características de la aplicación. Luego se realizó las preguntas en base a sus preferencias. El tiempo que duró la sesión del Grupo Focal fue una hora y treinta minutos aproximadamente.

**1) Al momento de buscar un evento. ¿Por qué medio lo realizan?**

Contestaron que se lo recomiendan sus amigos, familiares o buscan por internet.

**2) ¿Qué aspectos consideran al ver las distintas opciones?**

Contestaron que consideran los precios, el lugar, la seguridad.

**3) ¿Es importante para ustedes que el evento provea toda la descripción necesaria? ¿Porque?**

Contestaron que si quisieran saber todos los detalles del evento del cual tienen interés porque necesitan estar informados de donde va a ser el acontecimiento, la fecha, la hora, el precio y el detalle del evento.

**4) Al tener el evento elegido. ¿Cómo realizan su reservación y forma de pago?**

Contestaron que no realizan reservas y su forma de pago es en el momento del evento.

**5) ¿Les resulta cómodo asistir al lugar días previos para realizar la reservación?**

Contestaron que les resulta incómodo porque les toma tiempo hacerla.

**6) ¿Cómo perciben, si tuvieran una forma de realizar una reserva instantánea y pagarla al momento de haber escogido el evento de su preferencia, desde su Smartphone?**

Contestaron que sería muy útil, cómodo y de gran ayuda.

**7) Después de la demostración del video de la Agenda Electrónica.  
¿Estarían dispuestos a descargar la aplicación?**

Contestaron que si están dispuestos a descargar la aplicación en sus celulares.

**8) ¿Consideran que es más factible realizar este proceso, respecto a la opción que antes tenían que realizar?**

Contestaron que sí les parece más fácil y optimo ya que no tienen que trasladarse personalmente a realizar reservas y pagar el mismo día del evento.

**9) ¿Sienten seguridad al hacer la reservación y pagar por medio de esta aplicación?**

Contestaron que si se sienten seguros.

**10) ¿Qué otros servicios adicionales sugiere usted que debería tener la Agenda Electrónica?**

- Solicitaron incluir información de los organizadores de los eventos.
- Disponibilidad de acceso.
- Descuentos.
- Creación del perfil del usuario y planificación de sus eventos.
- Vinculación de las actividades del calendario del celular con la de la aplicación.

### **2.3.8. Análisis de los resultados**

Según los resultados obtenidos es notoria la acogida del producto. El 100% están dispuestos a descargar la aplicación cuando salga al mercado.

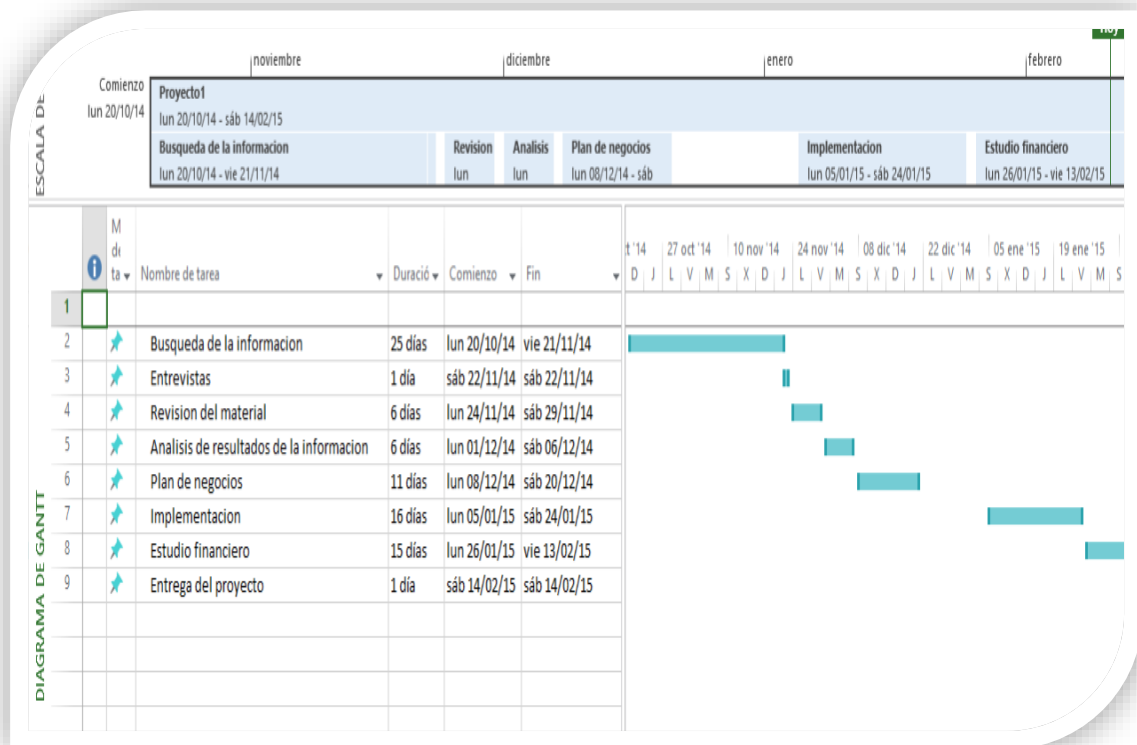
Se conoció que los participantes normalmente buscan eventos por Internet y opinaron que aunque no encuentran toda la información en una sola página y deben hacer búsquedas individuales.

Algunos comentaron que en algunas páginas encuentran información incompleta y desactualizada por lo tanto les pareció una forma práctica de poder utilizar una aplicación desde su Smartphone.

Las personas contestaron las preguntas de forma espontánea y precisa, fueron de gran ayuda sus sugerencias para mejorar la propuesta de la aplicación, todos sus comentarios fueron tomados en cuenta.

Las actividades y tiempo que duro el desarrollo de la investigación fue de cuatro meses el cual se detalla mediante un diagrama de Gantt, (en el Anexo 3)

**TABLA 6: DIAGRAMA DE GANTT DEL PROYECTO**



Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

## 2.4. Análisis de la Oferta

La oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. Ofrecer es tener la intención de vender o estar dispuesto a ello, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta refleja las intenciones de venta de los productores. La cantidad

ofrecida de un bien es la que los vendedores quieren y pueden vender. La tabla de oferta muestra las distintas cantidades de un bien que los productores desean ofrecer para cada precio. La tabla de oferta individual muestra las distintas cantidades de un bien que un productor desea ofrecer para cada precio, por unidad de tiempo, permaneciendo los demás factores constantes (Mochón & Beker, 2008, pág. 31).

En el Ecuador la llegada de teléfonos inteligentes abrió el mercado para el desarrollo de software. Con aumento del uso de las páginas web los usuarios pueden revisar recetas de cocina, lugares turísticos, artículos de la Constitución de la Republica entre otros, esto apertura un nuevo mercado de explotación como lo son las aplicaciones móviles. El uso de los teléfonos inteligente es cada vez mayor.

Según los operadores móviles del país 500000 teléfonos de este tipo se están utilizando en el Ecuador y sus ventas se incrementan a un 10% anual. Esto es tomado en cuenta por muchas empresas y debido a eso buscan ofertar sus productos a través del internet.

El mercado antes estaba dominado por la marca BlackBerry pero ahora el sistema operativo Androide está siendo utilizado por muchas marcas de teléfonos inteligentes esto hace que sea más usado por el mercado. Hay empresas que desarrollan software para este tipo de sistema operativo, ofertan desde platos típicos hasta lugares históricos y turísticos en el Ecuador.

#### **2.4.1. Competidores directos**

La semejanza más cercana de competidor directo de esta aplicación es Guayaquil Móvil que posee una app con información a los lugares donde ir en la ciudad de Guayaquil pero básicamente es informativa de hoteles, lugares turísticos, días festivos, iglesias, restaurantes, es limitado.

Es decir la orientación de esta guía es completamente informativa para turistas donde ellos se pueden guiar para movilizarse a los diferentes lugares.

#### GRÁFICO 4: GUAYAQUIL MÓVIL “BIENVENIDOS”



Fuente: Guayaquil móvil

Esta aplicación pertenece a la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil y como se puede ver a la imagen es poco amigable, y con poca información sobre los eventos a realizarse en la ciudad.

#### GRÁFICO 5: LISTADO DE OPCIONES DE GUAYAQUIL MÓVIL



Fuente: Guayaquil móvil

En esta imagen se puede observar las opciones de la aplicación.

## GRÁFICO 6: OPCIÓN “DONDE IR” DE GUAYAQUIL MÓVIL



Fuente: Guayaquil móvil

Finalmente esta imagen demuestra no tienen información de eventos a realizarse en dichos lugares.

### 2.4.2. Competidores indirectos

La aplicación móvil Guayaquil es mi destino ofrece diferentes tipos de información como por ejemplo los principales atractivos, historia, gastronomía, alojamiento, transporte, tour virtual y clima.

## GRÁFICO 7: GUAYAQUIL ES MI DESTINO, APP MÓVIL



Fuente: Guayaquil móvil



### 2.4.3. Precio de la competencia

**TABLA 7: PRECIO DE LA COMPETENCIA**

Precio de la competencia		
Aplicaciones	Precio mensual	Numero de eventos publicados al año
Guayaquil Móvil	198.99	240
Guayaquil es mi destino	200.00	260

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

El precio de la demanda es entre 198.99 y 200, el cual se tomará en cuenta para determinar el precio de la Agenda Electrónica “EventApp”. El número de publicaciones que muestran estas aplicaciones es de un promedio de 250 anuales, este número será considerado para la estimación de contratos con las empresas para las publicidades.

### 2.4.4. Consumidores

Se procedió hacer una investigación al segmento del mercado mediante de un grupo focal de carácter cualitativo para poder entender las necesidades que ellos poseen. Además las ideas y sugerencias de los entrevistados fueron de gran ayuda para que el servicio sea aún más completo.

Este aplicación “EventApp” no tiene una competencia directa en comparación a sus características. Las aplicaciones que son su competencia poseen una similitud con el contenido más no con todos los servicios que se implementaría en la aplicación que son necesarias para un completo servicio.

## **CAPITULO III**

### **PLAN DE NEGOCIOS**

#### **3.1. Plan de Negocio**

En la actualidad las personas debido a los cambios tecnológicos se han obligado a cambiar su teléfono móvil común a teléfonos inteligentes tan útiles como las computadoras y cómodas por ser portátiles. Los usuarios utilizan los teléfonos inteligentes para: buscar información, conocer ubicaciones por GPS, acceder a promociones, realizar reservas y pagos.

Las empresas implementan estas nuevas herramientas tecnológicas para promocionarse, ganar un mayor mercado, incrementar sus ventas, satisfacer al cliente y estar más cerca de él, así brindar mayor información necesaria para que el usuario aproveche al máximo los servicios mediante las aplicaciones que descargan.

Para los consumidores los teléfonos inteligentes ofrecen de una manera potencial facilitar la vida como por ejemplo mediante esta aplicación el cliente sin necesidad de moverse puede estar informado del evento al cual quiere acudir, hacer una reserva y pagar por el mismo.

#### **3.2. Modelo de Negocio**

Los factores que se analizan en la tabla integran el Modelo de Negocio de la Agenda Electrónica “EventApp” los tipos de clientes que tendrá son las empresas organizadoras de eventos como centros de convenciones, cines, hoteles, entre otras y el cliente final que será el público el cual requiera localizar un evento a su gusto y además tenga la posibilidad de hacer la reserva.

El cliente final tendrá comunicación directa con los organizadores puesto que la información en general la podrá ver desde la Agenda Electrónica, además la podrá comunicarse directamente por las redes sociales.

El canal por el que se dará a conocer la Agenda Electrónica y así llegar al cliente final será mediante la tienda virtual y las redes sociales.

El valor añadido que contiene para las empresas será dar a conocer y promocionar sus eventos y para los usuarios finales será facilidad de búsqueda de eventos, reservar y pagar por medio de la aplicación.

La actividad clave que ofrece a sus clientes es la variedad de eventos mediante un catálogo virtual, información de eventos, reservación y pago.

El recurso clave que poseerá sin duda debido a que es una aplicación es la tecnología que esta conlleva a la utilización de herramientas como la plataforma de la página web y la aplicación.

Tendrá una asociación clave con el desarrollador de la aplicación además del compromiso entre sus socios.

Los costos serán por la creación y mantenimiento de las plataformas además de los gastos administrativos que conlleva.

Los ingresos serán netamente de las empresas subscriptoras puesto que el servicio para el usuario final es gratuito.

**TABLA 8: MODELO DE NEGOCIOS DE AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP”**

<p><b>Asociaciones Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Inversores</li> <li>● Empresas subscriptoras</li> <li>● Desarrollador de plataformas</li> </ul>	<p><b>Actividades Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ofrece a sus clientes un variado catalogo visual donde encuentran los diferentes eventos</li> <li>● Información de los eventos</li> <li>● Reservación y pago</li> </ul>	<p><b>Valor añadido</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Mostrar y promocionar sus eventos</li> <li>● Exhibición y poder encontrar diferentes categorías de eventos, realizar reservaciones y pagos desde su Smartphone</li> </ul>	<p><b>Relaciones con clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Comunicación directa cliente-empresas organizadoras de eventos</li> <li>● Ofrecer un amplio contenido de la aplicación</li> </ul>	<p><b>Clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Empresas que organicen y quieran promocionar sus eventos.</li> <li>● Publico que desea buscar eventos de diferentes categorías.</li> </ul>
<p><b>Recursos Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tecnología</li> <li>● Página Web</li> <li>● Aplicación</li> <li>● Ofertas, promociones, concursos</li> </ul>			<p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Redes Sociales</li> <li>● <a href="http://eventapp.com.ec/">http://eventapp.com.ec/</a></li> </ul>	
<p><b>Costes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Plataforma web y aplicación (desarrollo, mantenimiento)</li> <li>● Housing subcontratado</li> </ul>			<p><b>Ingresos y Beneficios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ingresos por la cuota por suscripción de las empresas organizadoras de eventos</li> <li>● Es gratuito para el cliente final</li> </ul>	

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

Se determinó que la agenda electrónica para el usuario final será gratis debido a que según la investigación de Gartner Inc. realizada a nivel mundial:

Las aplicaciones descargadas en todo el mundo sobrepasarán los 45 600 millones para finales de 2012, de las cuales 40 100 millones serán gratuitas. Esto quiere decir que casi el 90% de las aplicaciones descargadas en los dispositivos móviles en todo el mundo son gratis. Por otro lado, las de pago, tienen un costo de \$3 o menos. La empresa aseguró que espera que esta tendencia continúe en 2012 con aplicaciones entre los 99 centavos y los \$2,99 en que se incluyen en este momento el 87,5% de las descargas de pago, y que esta cifra alcance el 96% en 2016. (45 600 millones de descargas de aplicaciones móviles en 2012, 2012)

### **3.3. Análisis Técnico**

#### **3.3.1. Tamaño del proyecto**

Este estudio es importante para determinar el monto de las inversiones necesarias para la inversión inicial y la capacidad de producción que permitirá proyectar los ingresos y los costos de financiamiento

##### **3.3.1.1. Mercado**

El mercado es un factor decisivo para determinar el tamaño del proyecto, por este motivo es importante conocer la demanda insatisfecha la cual permitirá el ingreso al mercado.

##### **3.3.1.2. Disponibilidad de recursos financieros**

Los recursos financieros son el efectivo y el conjunto de activos financieros que tienen un grado de liquidez. Es decir, que los recursos financieros pueden estar compuestos por: Dinero en efectivo, Préstamos a terceros, Depósitos en entidades financieras, Tenencias de bonos y acciones, Tenencias de divisas. (Zona Economica, 2010)

Para la realización de este proyecto se requiere una inversión inicial por lo que la financiación deberá provenir de dos fuentes.

Recurso financiero propio pertenece a los socios de la empresa el 46%.

Recurso financiero ajeno por medio de un crédito otorgado por institución financiera el 54%

La institución financiera con la que se va a realizar el proyecto es el Banco del Pacífico la cual presenta las siguientes condiciones. (Consulta realizada en el banco del pacífico “tabla de amortización y requisitos para el préstamo anexo 4)

- **Monto:** \$ 10.000
- **Tasa de interés:** 15,17%
- **Plazo:** 3 años

### **3.3.2. Descripción de Mobiliario y Hardware**

Para la implementación del proyecto se va a necesitar una oficina que estará decorada como un centro de negocios muy acogedor donde el equipo de trabajo se sienta cómodo con aire acondicionado, cinco escritorios, cinco sillas, un teléfono convencional.

En cuanto a Hardware se considera que los equipos tecnológicos se vuelven obsoletos por lo que es necesario equipos de última generación y para este proyecto se requiere cinco laptops core™i7, una impresora multifuncional hp.

### **3.3.3. Descripción de Software**

Los programas necesarios para la Agenda Electrónica “EventApp” son Adobe Dreamweaver que será utilizado para la diagramación, estilos, y diseños, javascript, además de software como ripple de Google, framaeworks, PhoneGap, y complementarios como jquery Mobile.

**Internet** disponer de un proveedor que se caracterice por brindar un servicio de calidad que sea confiable es necesario disponer de un plan de internet de 6f sdsI c. Gold de 10 Mbps. Ya que es necesaria la velocidad de carga para la cantidad de información que se debe subir a diario.

**Dominio** es por el cual el nombre se vuelve exclusivo en todo el mundo.

**Hosting** es un espacio de alojamiento que se necesita para mantener la página web y esta esté funcionando las 24 horas de los 365 días al año a la vez es importante que la información está alojada en el disco duro.

**Página Web y la aplicación** móvil es la cara principal que representa a la empresa y por lo cual es la herramienta más importante las cuales deben de ser monitoreadas siempre para lograr el éxito de la empresa.

**Geniale** es una empresa ecuatoriana la cual se dedica al diseño programación, mantenimiento, diseño y creación de aplicaciones móviles y páginas web entre otros servicios de internet. La empresa está capacitada en ofrecer servicios de e-commerce, m-commerce así como gestión de base de datos. Es necesario el servicio de esta empresa para el desarrollo y mantenimiento de la aplicación móvil y la página web además de el plan de manejo de redes sociales para gestionar ventas potenciales. (Detalle de cotización por el servicio anexo 5)

#### **3.3.4. Descripción de Recursos Humanos Técnicos**

Las personas que conformaran la empresa deben estar capacitadas y ser profesionales en el área de trabajo a situarse, deberán tener conocimientos de la aplicación en general.

**TABLA 9: RECURSO HUMANO DE “EVENTAPP”**

<b>Personal</b>	<b>Función</b>	<b>Sueldo</b>
<b>Gerente de Proyectos</b>	Dirige, organiza, planifica y controla las actividades de la empresa.	\$ 900.00
<b>Gerente de Marketing</b>	Planifica y gestiona formas de promocionar la Agenda Electrónica	\$ 900.00
<b>Web Master</b>	Cambiar el diseño, actualizar contenido, programación	\$ 700.00
<b>Vendedor</b>	Se moviliza, contacta a las empresas organizadora de eventos y cobra el pago de las suscripciones	\$ 600.00
<b>TOTAL</b>		\$ 2600.00

Autoras: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

### **3.3.5. Descripción de Servicio Externos**

Los servicios externos serán para mantener negociaciones y comunicación con las empresas suscritas mediante línea telefónica, y/o internet.

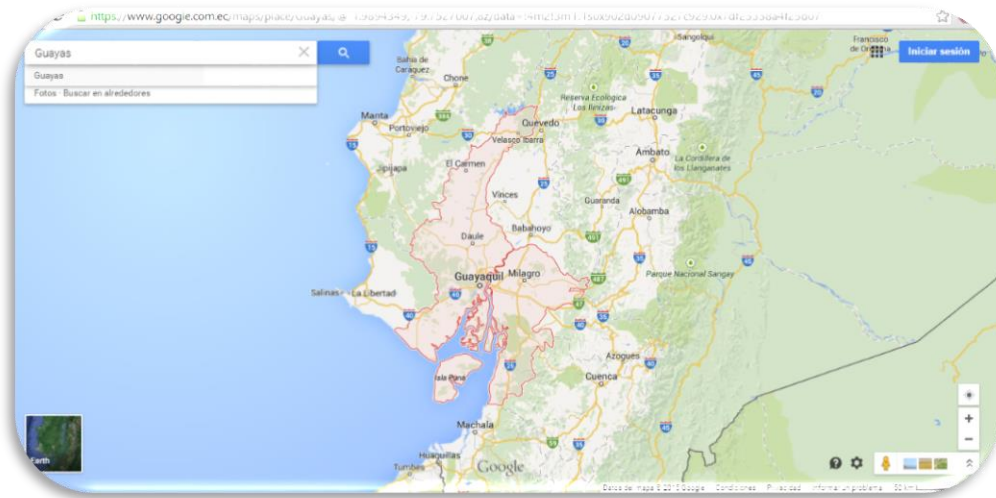
Se deberá tener capacitado al personal para la actualización de la Agenda Electrónica para que tengan conocimiento actualizado de la tecnología requerida.

### **3.3.6. Localización de la Empresa**

#### **3.3.6.1. Macro localización**

- **Provincia:** Guayas
- **Cantón:** Guayaquil
- **Zona:** Urbana
- **Parroquia:** 9 de octubre

## GRAFICO 8: MACRO LOCALIZACIÓN

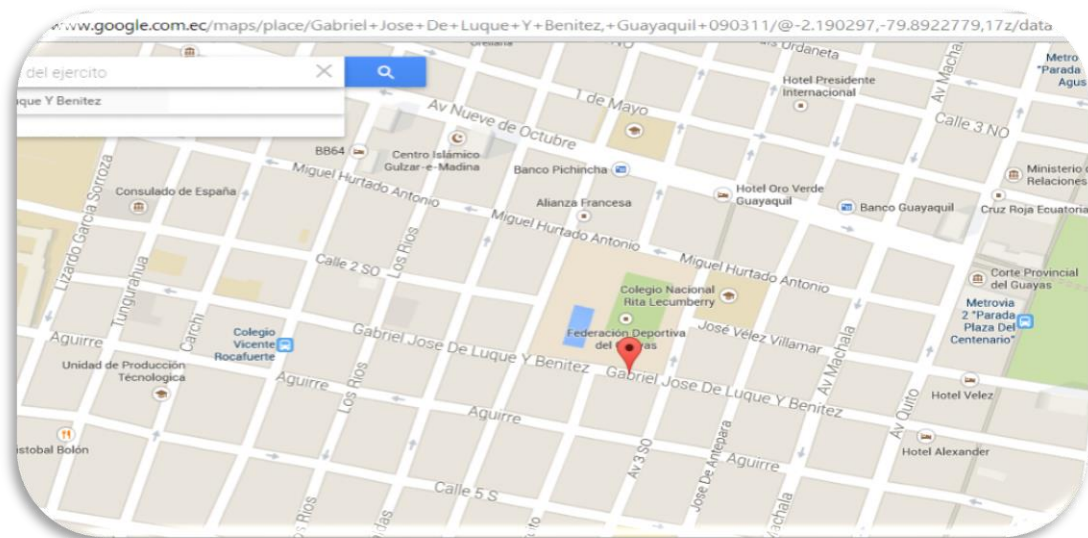


Fuente: Google Maps Guayaquil

### 3.3.6.2. Micro localización

La empresa estará ubicada en el centro de la ciudad en Luque 1517 y Avenida del Ejército, el espacio físico es de 32 metros cuadrados, con las adecuaciones pertinentes será un ambiente cómodo para el equipo de trabajo.

## GRAFICO 9: MICRO LOCALIZACIÓN



Fuente: Google Maps Guayaquil



## 3.4. Comercialización

### 3.4.1. Características del producto

El menú principal de la aplicación se podrá observar el logo, el slogan, el nombre de la aplicación y luego de esta se podrá observar las opciones de inscripción que podrá ser por medio de la cuenta de Facebook o mediante correo electrónico.

Luego se podrá ver el menú principal donde aparecerá la lista de opciones de eventos por categoría o también se podrá ver directamente en el calendario festivo los eventos próximos a realizarse. Los diferentes iconos que el usuario podrá tener son:

- **GPS:** Aparecerá la posición geográfica satelital del evento ubicando las zonas cercanas.
- **Reservas:** Llenar un formulario donde detalle los datos personales, su correo electrónico y luego ingresar los datos requeridos para la forma de pago como tarjetas de crédito.
- **Servicios:** Se visualiza el detalle del evento junto con una galería de fotos del lugar, el usuario podrá invitar a sus amigos y subir sus fotos desde el evento.

Adicionalmente tendrá un botón con los números de emergencia en donde se podrá comunicar con la policía, cruz roja, bomberos, comisión de tránsito.

### 3.4.2. Logo de identificación de la Agenda Electrónica



“EventApp”, se va a identificar por medio del logo que está conformado por un rombo turquesa que adentro tendrá una “E”.

### 3.4.3. Análisis FODA del producto

#### ❖ Fortalezas

- Datos actualizados
- Listado de eventos categorizados
- Visualización optima
- Fácil reserva
- Facilidad de búsqueda
- Comodidad de pago
- Es gratuito

#### ❖ Oportunidades

- Las operadoras móviles siempre promocionan conexión de datos para sus usuarios
- Apertura del uso del wi-fi en Guayaquil
- No se necesita una gran infraestructura
- Aumento del uso de los teléfonos con sistema Androide
- Facilidad publicitaria por medio de Facebook y Google Play

#### ❖ Debilidades

- Es solo en español
- Es nueva en el mercado
- Es necesario que haya varias descargas para obtener beneficios

#### ❖ Amenazas

- Competencia nacional
- Crecimiento del número de competidores
- Preocupación de los usuarios por la falta de seguridad de las aplicaciones móviles.

#### **3.4.4. Necesidades en el cliente que va a satisfacer**

Satisface la necesidad con la búsqueda de información de eventos que necesitara con datos que son importantes para el usuario, además cuenta con un calendario festivo de la ciudad, siendo una guía para la persona que descargue la aplicación por la cual pueda encontrar los diferentes eventos que se realizaran que sean de su interés y que tenga el deseo de asistir, ya sea porque es un día festivo, de vacaciones o simplemente porque es una persona activa socialmente.

La comodidad al poder hacer una reservación y pagar al evento el cual quiera acudir sin necesidad de ir a otras páginas que están fuera del contenido. También pueda invitar a sus amigos por medio de la Agenda Electrónica y subir fotos cuando este en el evento.

#### **3.4.5. Ventajas competitivas**

La característica de realizar pago desde su Smartphone, no solamente genera una ventaja competitiva sino que a la vez es un valor agregado y distintivo de la Agenda Electrónica, el cual la diferencia de otras aplicaciones vigentes.

La Agenda Electrónica “EventApp” se destaca frente a la competencia creando así otra ventaja competitiva ya que posee un fácil acceso a la información con un modelo amigable para el usuario informado de los eventos con agilidad.

La implementación a mediano plazo puede ser la siguiente:

- La información general
- Promociones
- Publicidad
- Incremento de más socios
- Ruta de medio de transporte de Metro Vía
- Versión en ingles

- Promoverla para el uso de los turistas

A lo largo del tiempo se piensa implementar la expansión de la información de eventos de otras ciudades del país.

#### **3.4.6. Estrategias de introducción al mercado**

La estrategia para ingresar la Agenda Electrónica “EventApp” al mercado meta es la publicidad por medio de las redes sociales y Google Play, además de esto incentivar a los que ya la descargaron que sugieran a sus contactos.

El objetivo de la creación de la Agenda Electrónica “EventApp”, es generar una conexión entre el usuario final y las empresas organizadoras de eventos y así estos puedan conocer toda la información.

#### **3.4.7. Estrategias de ventas**

- El medio de ventas de la Agenda Electrónica a los suscriptores serán las ventas personales y telefónicas.
- El medio de venta de la Agenda Electrónica al usuario final será una vez que la descargue por Google Play.

#### **3.4.8. Principales clientes potenciales**

- Centros educativos, museos, cines, galerías, discotecas, hoteles, centro de convenciones y otras empresas que deseen promocionar sus eventos como ferias, conciertos, capacitaciones, exposiciones, carreras deportivas entre otros.
- Personas que posean tarjeta de crédito para poder efectuar la compra, personas que desean concretar reuniones con otros ya sea para una actividad de negocios o social.

#### **3.4.9. Estrategia de precios**

La estrategia de precios para las empresas que deseen promocionar eventos es forma ilimitada, puede ser mensual.

El precio de las publicaciones de los eventos está determinado por el promedio del precio actual en el mercado. Mientras que para el usuario final quien descarga de la Agenda Electrónica “EventApp” es gratuita.

**TABLA 10: VALOR QUE DEBEN PAGAR LAS EMPRESAS POR PUBLICACIÓN**

Descripción	Duración de la difusión	valor
Publicidad del evento	1 mes	200

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

### **3.4.10. Canales de distribución**

El canal por el cual se va a distribuir la Agenda Electrónica “EventApp” es mediante Google Play ya que los usuarios pueden descargarla desde su Smartphone de manera gratuita y fácil.

Como estrategia se decide difundir la Agenda Electrónica porque va directo al segmento del público objetivo tomando en consideración que las personas utilizan redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.

### **3.4.11. Estrategias Publicitarias**

#### **❖ Promoción**

Al ser un segmento de mercado de personas con un rango de edad entre 24 a 35 años que tienen un Smartphone y son usuarios quienes normalmente están a la vanguardia a las innovaciones de tecnología.

El medio publicitario para promocionar la Agenda Electrónica “EventApp” será las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, también se dará a conocer por medio de promociones vía correo electrónico.

### ❖ **Adquisición**

La vía de adquisición de la Agenda Electrónica “EventApp” después de ser difundida por redes sociales llevara al cliente a un link de descarga a la tienda virtual de su Smartphone.

### ❖ **Fidelización**

Cumplir con el cliente es una estrategia de fidelización, mantenerlo informado del evento al que ha realizado la reservación, informarlo sobre otros eventos de la misma categoría elegida, de promociones, descuentos e incentivos logrando de esta manera fomentar la compra constante.

### ❖ **Difusión**

Luego de haber promocionado la Agenda Electrónica, lograr que el cliente final la descargue y se encuentre satisfecho por sus servicios podrá recomendar a sus amigos ya sea por iniciativa propia o por incentivos como sorteos o concursos las cuales pueden ser mediante.

- “Me gusta” o “Compartir” en Facebook.
- “Hash tag” o “Rewet” en Twitter.
- “Repost” en Instagram
- Combinadas

## **CAPÍTULO IV**

### **IMPLEMENTACIÓN**

#### **4.1. Descripción del proyecto**

“EventApp” es una aplicación móvil dirigida a personas que estén interesadas en conocer eventos en la ciudad de Guayaquil - Ecuador, que desean encontrar una variada información de lugares a los cuales asistir. Por medio de esta Agenda Electrónica el usuario podrá tener información del evento, tanto como ubicación, teléfono, correo electrónico, además podrá hacer reservaciones y realizar los pagos.

#### **4.2. Alcance**

En la actualidad el tipo de búsqueda de eventos se la realiza mediante páginas web las cuales varias están desactualizadas y no orientan como es debido al usuario final. La Agenda Electrónica EventApp está proyectada a tener contenidos de forma general de los eventos la cual los usuarios podrán observar mediante su teléfono inteligente.

Para fortalecer la aplicación se llevara a cabo alianzas estrategia con las principales empresas que organizan eventos como el centro de convenciones y Ministerio de Turismo siendo estos los promotores de eventos sociales en la ciudad.

Estarán comprometidos con generar la información requerida de los eventos que organicen para que forme parte de la base de datos y sea visible en la Agenda Electrónica.

#### **4.3. Especificaciones Funcionales**

##### **4.3.1. Registro de Usuario**

En la Agenda Electrónica “EventApp”, el usuario tiene la opción de registrarse por medio de su correo electrónico o Facebook en donde podrá

iniciar sesión y este requisito es indispensable para poder realizar la reservación y pagar por el evento con su tarjeta de crédito.

#### **4.3.2. Seguridad en Acceso**

Al momento de ingresar a la Agenda Electrónica el cliente lo hará con su usuario y contraseña la cual ha sido previamente registrada, en el instante de realizar el pago lo podrá hacer mediante la tarjeta de crédito que posea el cliente para su seguridad la factura con sus datos y la descripción del pago llegara a el correo electrónico del usuario y al administrador del evento.

#### **4.3.3. Listado de Eventos**

En esta sección se mostrara de una manera organizada por categorías como calendario, capacitaciones, negocios, ferias, tecnología, arte y cultura, deportivos, entretenimiento, farras, sociales, entre otros, la lista de los eventos y los nombres de los lugares, la fecha donde se van a ser realizados.

#### **4.3.4. GPS**

El usuario podrá visualizar mediante la Agenda Electrónica “EventApp” la ubicación geográfica donde se va a realizar el evento señalizando las calles cercanas mediante la herramienta GPS.

#### **4.3.5. Reservación y pago desde el teléfono inteligente**

Se podrá realizar la reservación mediante la aplicación móvil llenando el formulario con nombres, apellidos, número de cedula, correo electrónico, esta información llegara al correo del administrador del evento seleccionado que luego esta persona contactara por la misma vía la conformación.

No es necesario que el usuario cancele por medio de tarjeta de crédito la reservación ya que aún hay clientes que son reacios en cancelar por esta forma de pago en ese caso una vez hecha la reservación el Administrador se



contactara con el usuario directamente. La opción de pago solo se la podrá visualizar en los eventos que no sean gratuitos.

#### 4.3.6. Imágenes

En el momento que el usuario seleccione el evento podrá visualizar una galería de imágenes sobre información del evento, tanto como el lugar, y flyers.

### 4.4. Especificaciones técnicas

#### 4.4.1. Base de datos

La base de datos de la aplicación móvil estará conformada por el registro de usuarios, descripción de eventos, reservaciones, servicios, imágenes y mapas.

#### 4.4.2. Frameworks herramientas de diseño y desarrollo

**TABLA 11: HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO GRAFICO**

Herramientas necesarias para el desarrollo grafico			
Frameworks	Jquery	Jquerymobile	PhoneGap
Herramientas de desarrollo	Dreamweaver	ThemeRoller	Ripley
Herramientas de diseño	Ilustrator	PhotoShop	

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

#### 4.4.3. Requerimientos para instalar la aplicación

**TABLA 12: CARACTERISTICAS DEL TELEFONO INTELIGENTE**

Características del teléfono inteligente
Sistema operativo Android 2.3 (Gingerbread)
Búsqueda en Google, Maps
Almacenamiento interno de 16GB
Memoria RAM de 1GB
HTML y Flash
MMS, SMS, IM, Email, RSS
Plan de datos, internet
Resolución de pantalla
Procesador Qualcomm Snapdragon Dual-Core de 1 GHz

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

#### 4.4.4. Requerimiento del hardware

**TABLA 13: REQUERIMIENTOS DE HARDWARE**

Requerimientos del hardware para la Agenda Electrónica
Procesador Intel core duo de 3.2 GHZ
Microsoft Windows XP/ Vista / 8
Disco duro Segate 300 GB
Memoria RAM DDR 3 GB
Seram ddr pc 27000 mhz
512 de memoria RAM
Estación para la creación de la aplicación
Disco duro de 300GB
2GB de espacio disponible en disco duro
Microprocesador Core dos duo

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

## 4.5. Funciones del Aplicativo

La aplicación móvil posee una navegación amigable que será fácil para el uso del cliente

**TABLA 14: FUNCIONAMIENTO DE LA AGENDA ELECTRONICA “EVENTAPP”**

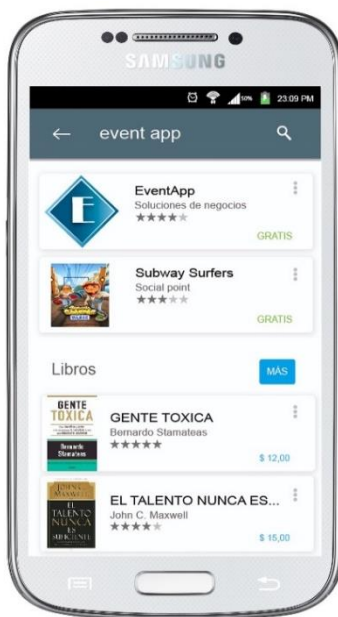


Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

## 4.6. Contenido de la Agenda Electrónica

Al ingresar a Google Play, el usuario busca la Agenda Electrónica “EventApp” y aparece en la opción la aplicación.

## GRÁFICO 10: OPCIONES DE APLICACIONES



Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

Luego se visualizara la opción de instalar la Agenda Electrónica “EventApp”

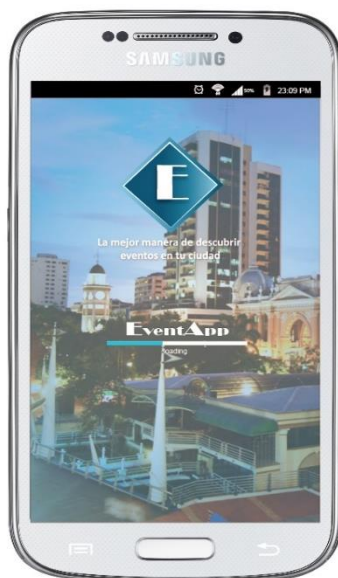
## GRÁFICO 11: OPCIONES DE INSTALACIÓN DE LA AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP”



Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

Después de descargar la Agenda Electrónica “EventApp” estará lista para que el usuario comience a utilizarla

### GRÁFICO 12: AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP”



Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

Cuando se comience a utilizar la Agenda Electrónica “EventApp”, el usuario tendrá que elegir el medio por el cual se quiera inscribir.

### GRÁFICO 13: OPCIONES DE INSCRIPCIÓN AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP”



Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

## GRÁFICO 14: INSCRIPCIÓN DEL USUARIO EN LA AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP”



Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jennifer Priscila Tapia Ayala

Luego de inscribirse el usuario puede comenzar a utilizar la Agenda Electrónica “EventApp” y conocer las diferentes características de su funcionamiento.

## GRÁFICO 15: MENÚ DE LA AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP”



Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jennifer Priscila Tapia Ayala

El usuario de la Agenda Electrónica “EventApp” podrá tener a su disposición diferentes categorías de eventos para que él pueda elegir el que más le guste.

### GRÁFICO 16: CATEGORÍAS DE EVENTOS QUE OFRECE LA AGENDA ELECTRÓNICA “EVENTAPP”



Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

Cuando el usuario elija la categoría deseada va a poder observar el listado de los eventos a realizarse, dará click en el evento elegido y podrá observar la información detallada que ofrecerá el evento.

### GRÁFICO 17: EVENTO ELEGIDO POR EL USUARIO



Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

En la parte baja se visualizara las opciones de reservación y pago. Se verá las opciones de tarjetas de crédito que el usuario puede utilizar para efectuar el pago del evento.

**GRÁFICO 18: OPCIONES DE TARJETAS DE CRÉDITO**



**Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala**

Recibirá una notificación que su pago fue realizado de manera exitosa. El día del evento el usuario podrá compartir sus fotos en la Agenda Electrónica "EventApp"

**GRÁFICO 19: CONFIRMACIÓN DEL PAGO**



**Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala**



## 4.7. Descripción de Usuarios

**TABLA 15: DESCRIPCON DE USUARIOS**

Tipo de Usuario	Descripción
<b>Administrador</b>	Sera la persona que estará encargada de modificar códigos y añadir o quitar elementos en la Agenda Electrónica
<b>Operador</b>	Persona que actualiza la información de los eventos semanalmente, esta información será enviada por cada relacionista público u organizador de los eventos por medio de correo al operador.
<b>Usuario Final</b>	Usuario que se registra a la aplicación móvil por medio de su correo electrónico o Facebook.

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1. Descripción del Estudio Financiero**

En el presente capítulo se muestra el rendimiento posible del negocio, a partir de las mezclas de las inversiones solicitadas, el apalancamiento financiero y el rendimiento sobre capital propio impuesto por los accionistas. El análisis financiero contiene 3 indicadores para evaluar al proyecto, entre ellos están la tasa interna de retorno, valor actual neto y tiempo de recuperación del capital aportado.

El capítulo se divide en los siguientes puntos:

- Plan de inversiones.
- Financiamiento del proyecto.
- Determinación de costos y gastos.
- Establecimiento de balances.
- Evaluación financiera del proyecto.
- Determinación de punto de equilibrio.

Las variables externas usadas para la evaluación financiera son la tasa de crecimiento del mercado y la tasa de inflación, el horizonte de planificación propuesto es de 5 años, el mismo que contendrá cada balance presentado.

Dentro de los Estados Financieros que se mostraran en el Estudio Financiero están el Balance General, Estado de Flujo de Efectivo, Estado de Resultados, por su necesidad primordial de mostrar una estructura financiera que garantice al inversionista determinar cómo se comportará su aporte de recursos económicos y en qué momento tomar medidas en caso que los gastos superen a los ingresos.

## 5.2. Plan de Inversiones

El Plan de Inversiones comprende el detalle de todos los activos fijos necesarios para la puesta en marcha del negocio, este es el primer punto para el Análisis Financiero porque muestra a los accionistas el capital a invertir en artículos tangibles y que se van a usar por el resto del tiempo del horizonte de planificación. Para el proyecto los activos se dividen en:

**TABLA 16: CUADRO DE INVERSIONES DEL PROYECTO.**

Detalle de la Inversion			
	Cantidad	Costo Unitario	Total
<b>Caja bancos</b>			<b>\$ 3.000,00</b>
<b>Gastos de constitución e instalacion</b>			<b>\$ 1.586,00</b>
Constitución de compañía	1	\$ 800,00	\$ 800,00
API (aplicación de programación de interface	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Deposito de Renta (2 meses)	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Permiso de bomberos	1	\$ 36,00	\$ 36,00
<b>Muebles de oficina</b>			<b>\$ 1.550,00</b>
Escritorio	5	\$ 230,00	\$ 1.150,00
Silla	5	\$ 80,00	\$ 400,00
aire acondicionado	1	\$ 600,00	\$ 600,00
<b>Adecuaciones</b>	1	\$ 460,00	<b>\$ 460,00</b>
<b>Equipo de computacion</b>			<b>\$ 5.250,00</b>
laptops	5	\$ 900,00	\$ 4.500,00
impresoras	1	\$ 750,00	\$ 750,00
<b>utiles de oficina</b>			<b>\$ 150,00</b>
papeleria y varios		\$ 150,00	\$ 150,00
<b>Software</b>			<b>\$ 6.524,00</b>
Adobe	1	\$ 399,00	\$ 399,00
Androide	1	\$ 25,00	\$ 25,00
plataforma Aplicación	1	\$ 4.300,00	\$ 4.300,00
plataforma Pagina Web	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
<b>Total de inversion</b>			<b>\$ 18.520,00</b>

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

**Caja, bancos.**- Representa el dinero físico que debe disponer la compañía para solventar sus gastos hasta que el proyecto produzca ventas.

**Gastos de constitución.**- Son aquellos rubros por trámites legales que debe incurrir la compañía para poder operar en el Ecuador, estos rubros son recuperables por medio de la amortización en el Estado de Resultados y que disminuye la utilidad obtenida en cada nivel de negocio.

**Muebles de oficina.**- Constituye aquellos rubros tangibles que sirven para recibir clientes y otorgar comodidades para el personal que se contrate en la compañía.

**Adecuaciones.**- Este rubro es para adecuar el sitio que se alquila a los requerimientos de la compañía, como por ejemplo instalaciones para conectar las máquinas, lugares para acomodar escritorios y que funcione en la compañía.

**Equipos de computación.**- Al tratarse de un proyecto gráfico y de constante contacto con el internet, el uso de ordenadores es primordial, por lo tanto también está considerado dentro del grupo de activos a solicitarse.

**Útiles de oficina.**- Estos los componen aquella papelería indispensable que debe de ser de apoyo para el personal que se contrate como por ejemplo plumas, lápices, notas, entre otros.

**Software.**- Este además de ser un activo dentro del cuadro de inversiones es el material directo para crear el producto, el cual servirá para situarle en la plataforma de Google y pueda ser descargado por los usuarios.

### **5.3. Financiamiento**

Para que el proyecto entre en funcionamiento se deben obtener un total de \$18,520.00, en nuestro país el sistema financiero lo componen un conjunto de Bancos que ofrece préstamos para proyectos, ya sea productivo o capital de trabajo.

La estructura para el proyecto se fija en \$8,520.00 aportado por los accionistas y la diferencia por medio de préstamo bancario; la institución de la cual se obtiene el apalancamiento financiero es el Banco del Pacífico con una tasa del 15.17% efectiva y con un plan de 3 años con pagos cada 30 días.

**TABLA 17: AMORTIZACIÓN DE APALANCAMIENTO DEL PROYECTO.**

TABLA DE AMORTIZACION								
BENEFICIARIO INSTIT. FINANCIERA MONTO EN USD TASA DE INTERES PLAZO GRACIA FECHA DE INICIO MONEDA AMORTIZACION CADA Número de periodos	BANCO DEL PACIFICO							
	10,000.00							
	15.17%				T. EFECTIVA 16.2700%			
	3 años 0 años 29/01/2015 DOLARES 30 días 36 para amortizar capital							
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO	SEGURO DESGRAVAM EN	SEGURO INCENDIO	TOTAL DIVIDENDO A PAGAR
0		\$ 10,000.00						
1	31-ene-2015	\$ 9,778.93	\$ 126.41	\$ 221.07	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
2	28-feb-2015	\$ 9,555.06	\$ 123.62	\$ 223.87	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
3	30-mar-2015	\$ 9,328.37	\$ 120.79	\$ 226.70	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
4	29-abr-2015	\$ 9,098.81	\$ 117.92	\$ 229.56	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
5	29-may-2015	\$ 8,866.34	\$ 115.02	\$ 232.46	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
6	28-jun-2015	\$ 8,630.94	\$ 112.08	\$ 235.40	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
7	28-jul-2015	\$ 8,392.56	\$ 109.11	\$ 238.38	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
8	27-ago-2015	\$ 8,151.17	\$ 106.09	\$ 241.39	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
9	26-sep-2015	\$ 7,906.73	\$ 103.04	\$ 244.44	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
10	26-oct-2015	\$ 7,659.20	\$ 99.95	\$ 247.53	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
11	25-nov-2015	\$ 7,408.53	\$ 96.82	\$ 250.66	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
12	25-dic-2015	\$ 7,154.70	\$ 93.65	\$ 253.83	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
13	24-ene-2016	\$ 6,897.66	\$ 90.44	\$ 257.04	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
14	23-feb-2016	\$ 6,637.38	\$ 87.20	\$ 260.29	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
15	24-mar-2016	\$ 6,373.80	\$ 83.91	\$ 263.58	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
16	23-abr-2016	\$ 6,106.89	\$ 80.57	\$ 266.91	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
17	23-may-2016	\$ 5,836.60	\$ 77.20	\$ 270.29	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
18	22-jun-2016	\$ 5,562.90	\$ 73.78	\$ 273.70	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
19	22-jul-2016	\$ 5,285.74	\$ 70.32	\$ 277.16	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
20	21-ago-2016	\$ 5,005.07	\$ 66.82	\$ 280.67	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
21	20-sep-2016	\$ 4,720.86	\$ 63.27	\$ 284.21	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
22	20-oct-2016	\$ 4,433.05	\$ 59.68	\$ 287.81	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
23	19-nov-2016	\$ 4,141.61	\$ 56.04	\$ 291.44	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
24	19-dic-2016	\$ 3,846.48	\$ 52.36	\$ 295.13	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
25	18-ene-2017	\$ 3,547.62	\$ 48.62	\$ 298.86	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
26	17-feb-2017	\$ 3,244.98	\$ 44.85	\$ 302.64	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
27	19-mar-2017	\$ 2,938.52	\$ 41.02	\$ 306.46	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
28	18-abr-2017	\$ 2,628.18	\$ 37.15	\$ 310.34	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
29	18-may-2017	\$ 2,313.92	\$ 33.22	\$ 314.26	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
30	17-jun-2017	\$ 1,995.68	\$ 29.25	\$ 318.23	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
31	17-jul-2017	\$ 1,673.43	\$ 25.23	\$ 322.26	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
32	16-ago-2017	\$ 1,347.10	\$ 21.15	\$ 326.33	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
33	15-sep-2017	\$ 1,016.64	\$ 17.03	\$ 330.46	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
34	15-oct-2017	\$ 682.01	\$ 12.85	\$ 334.63	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
35	14-nov-2017	\$ 343.15	\$ 8.62	\$ 338.86	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
36	14-dic-2017	\$ (0.00)	\$ 4.34	\$ 343.15	\$ 347.48	\$ 3.88	\$ 2.90	\$ 354.26
			\$ 2,509.44	\$ 10,000.00	\$ 12,509.44			

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

El dividendo a cubrir por este apalancamiento financiero es de \$347.48 con gastos adicionales de seguro de desgravamen y de incendios por precautelar la deuda. Estos valores serán considerados en el presupuesto proyectado del Estado de Resultados y un egreso de dinero en el flujo de caja. Sumando estos valores da un total de \$354.26 dólares, de acuerdo a la siguiente distribución de rubros fijados que se observara en la tabla de amortización.

En la tabla 17 se muestra cómo el valor se distribuye conforme ocurre cada vencimiento, en el se detalla el rubro por interés, capital y valores adicionales que solicita el Banco, al tratarse de un interés compuesto, se crea un valor adicional sobre cada capital pagado, como resultado se obtiene que en este apalancamiento se termina pagando un total de \$12,509.44 dólares siendo \$2.509.44 producto de intereses que absorbe la entidad financiera.

#### 5.4. Proyección de Ventas.

Cómo se detalló en el estudio técnico, la empresa se dedica a promocionar un software de eventos para ser descargado por medio de Google Play, la inscripción tiene un precio de venta a las empresas que deseen publicar sus eventos, y se espera que tenga el siguiente comportamiento:

**TABLA 18: COMPORTAMIENTO DE VENTAS PARA EL 2015**

PROYECCIÓN DE VENTAS			
TIPO DE INSCRIPCIÓN ILIMITADA	2015		
	Unidades	P. Suscripción	Total
Mensual	240	\$ 200,00	\$ 48.000,00
<b>Total</b>			<b>\$ 48.000,00</b>

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

En la tabla 18 se puede observar el comportamiento de los productos a venderse en todo el año 2015, con lo cual se tiene previsto generar ingresos por un total de \$48,000.00; por otro lado en los próximos años se espera un crecimiento del 5%, a continuación se resumen las ventas previstas para los siguientes 4 años restantes:

**TABLA 19: RESUMEN DE VENTAS ANUAL**

RESUMEN DE VENTAS ANUAL						
		2015	2016	2017	2018	2019
	Ventas	\$ 48.000,00	\$ 51.982,56	\$ 56.295,55	\$ 60.966,40	\$ 66.024,78
12%	iva cobrado	\$ 5.760,00	\$ 6.237,91	\$ 6.755,47	\$ 7.315,97	\$ 7.922,97
1%	retenciones pagadas	\$ 480,00	\$ 519,83	\$ 562,96	\$ 609,66	\$ 660,25
	Ventas con impuestos	\$ 53.280,00	\$ 57.700,64	\$ 62.488,06	\$ 67.672,70	\$ 73.287,50
	iva cobrado 11	\$ 5.280,00	\$ 5.718,08	\$ 6.192,51	\$ 6.706,30	\$ 7.262,73
	iva cobrado 1	\$ 480,00	\$ 519,83	\$ 562,96	\$ 609,66	\$ 660,25

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

En la tabla 19 se muestra que conforme pasa el tiempo se tiene un posicionamiento más afianzado en el mercado; para el año 2019 se espera que las ventas lleguen a \$66,024.78 dólares. En la tabla también se detalla el comportamiento de las obligaciones tributarias para personas jurídicas, con los rubros del Impuesto al Valor Agregado y Retención en la fuente del Impuesto a la Renta.

## 5.5. Costos del proyecto

El producto del proyecto actualmente se encuentra definido, sin embargo el costo por operar dicha plataforma es importante para conocer si aquellos rubros superan o no el porcentaje de ventas ya determinados en la sección anterior. Para dicho costo se detallan los siguientes rubros:

**Mantenimiento App.-** Sirve para mantener la aplicación actualizada sobre noticias, mejoramiento de la fluidez y lugares donde se van a realizar los eventos en la ciudad de Guayaquil.

**Mantenimiento Web.-** Corresponde al pago a las diferentes entidades del internet por dominio, posicionamiento del sitio y publicidad en teléfonos.

**Web master.-** Persona que tiene altos conocimientos en marketing y diseño que se encarga de mantener el producto actualizado y rediseñar la página de acuerdo a las necesidades de los usuarios que las visitan.

Las suma de estos tres rubros da como resultado el costo total por el servicio propuesto, cómo dichos rubros serán partes del horizonte de planificación de 5 años, se debe aumentar la tasa de inflación que según el Banco Central del Ecuador a diciembre del 2014 es de 3.14%.

Cómo se realizó en la proyección en ventas, este costo también presupuesta las obligaciones tributarias que impone el estado ecuatoriano como son el impuesto al valor agregado pagado y las retenciones cobradas de la fuente del impuesto a la renta.

**TABLA 20: DETALLE DE COSTOS DIRECTOS DEL PROYECTO**

COSTOS						
		2015	2016	2017	2018	2019
	Mantenimiento app	\$ 600.00	\$ 618.84	\$ 638.27	\$ 658.31	\$ 678.98
	Mantenimiento web	\$ 600.00	\$ 618.84	\$ 638.27	\$ 658.31	\$ 678.98
	Web master	\$ 8,400.00	\$ 8,663.76	\$ 8,935.80	\$ 9,216.39	\$ 9,505.78
	<b>costos de servicio</b>	<b>\$ 9,600.00</b>	<b>\$ 9,901.44</b>	<b>\$ 10,212.35</b>	<b>\$ 10,533.01</b>	<b>\$ 10,863.75</b>
	base de impuestos	\$ 1,200.00	\$ 1,237.68	\$ 1,276.54	\$ 1,316.63	\$ 1,357.97
12%	iva pagado	\$ 144.00	\$ 148.52	\$ 153.19	\$ 158.00	\$ 162.96
1%	retenciones cobradas	\$ 12.00	\$ 12.38	\$ 12.77	\$ 13.17	\$ 13.58
	<b>costos de produccion con iva</b>	<b>\$ 9,732.00</b>	<b>\$ 10,037.58</b>	<b>\$ 10,352.76</b>	<b>\$ 10,677.84</b>	<b>\$ 11,013.13</b>
	iva pagado 11	\$ 132.00	\$ 136.14	\$ 140.42	\$ 144.83	\$ 149.38
	iva pagado 1	\$ 12.00	\$ 12.38	\$ 12.77	\$ 13.17	\$ 13.58
	retenciones cobradas 11	\$ 11.00	\$ 11.35	\$ 11.70	\$ 12.07	\$ 12.45
	retenciones cobradas 1	\$ 1.00	\$ 1.03	\$ 1.06	\$ 1.10	\$ 1.13

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala



En la tabla 20 se describen el comportamiento de los costos directos del proyecto, cuyos rubros se mantienen entre \$9,500.00 a \$10,000.00 por concepto de elaboración del producto propuesto. Estos rubros serán considerados en el Estado de Resultados reduciendo el beneficio de las ventas y el Estado de Flujos de Efectivo como egresos por concepto de pagos al web master y dominios a Google.

## **5.6. Gastos del Proyecto**

En cuanto al rubro de los gastos lo componen las depreciaciones y amortizaciones del cuadro de inversiones detallado, adicionando los sueldos para el personal que labora en la empresa el mismo que está compuesto por un Gerente de Proyectos, un Gerente de Marketing y dos Vendedores.

Entre otros gastos para el proyecto también se prevé un rubro sobre el alquiler del local, servicios básicos y valores por concepto de celular e internet.

A continuación se detallan los rubros descritos con el componente de la inflación en los 5 años que se propone de horizonte de planificación. Cabe indicar que solo las depreciaciones y amortizaciones que se detallan incluyen en el estado de resultados, quedando fuera del mismo solo en el estado de flujo de efectivo.

**TABLA 21: COMPORTAMIENTO DE GASTOS DEL PROYECTO EN  
HORIZONTE DE PLANIFICAIÓN**

GASTOS						
		2015	2016	2017	2018	2019
Depreciaciones		\$ 4.079,67	\$ 4.079,67	\$ 4.079,67	\$ 4.079,67	\$ 4.079,67
amortizaciones		\$ 470,53	\$ 470,53	\$ 470,53	\$ 470,53	\$ 470,53
Sueldos		\$ 2.400,00	\$ 2.475,36	\$ 2.553,09	\$ 2.633,25	\$ 2.715,94
Gerente de proyectos		\$ 900,00	\$ 928,26	\$ 957,41	\$ 987,47	\$ 1.018,48
Gerente de marketing		\$ 900,00	\$ 928,26	\$ 957,41	\$ 987,47	\$ 1.018,48
Vendedor 1		\$ 600,00	\$ 618,84	\$ 638,27	\$ 658,31	\$ 678,98
Vendedor 2		\$ 600,00	\$ 618,84	\$ 638,27	\$ 658,31	\$ 678,98
Renta		\$ 8.400,00	\$ 8.663,76	\$ 8.935,80	\$ 9.216,39	\$ 9.505,78
Servicios basicos		\$ 3.120,00	\$ 3.217,97	\$ 3.319,01	\$ 3.423,23	\$ 3.530,72
Celular		\$ 6.000,00	\$ 6.188,40	\$ 6.382,72	\$ 6.583,13	\$ 6.789,84
Internet		\$ 1.560,00	\$ 1.608,98	\$ 1.659,51	\$ 1.711,61	\$ 1.765,36

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

En la tabla 21 se describen cómo el gasto de los valores se incrementa año a año por efecto a la inflación, solo el rubro de las depreciaciones y amortizaciones no acompañan a los demás gastos debido a que ellos muestran el desgaste del activo año a año por parte de las personas que trabajan y venden en el proyecto.

## 5.7. Estado de Pérdidas y Ganancias

En el estado de pérdidas y ganancias se detallan los rubros ya detallados en ventas, costos y gastos, aquí se reúne todos aquellos comportamientos proyectados en todo el estudio financiero. Es importante este estado debido a la incertidumbre que tiene el inversionista de en que periodo del horizonte de planificación se obtiene pérdidas.

Conforme al beneficio que se obtiene con la deducción de gastos, la utilidad se convierte en utilidad bruta en ventas cuando solo se considera rubros deducidos directamente con la producción del producto.

Al tomar en consideración gastos por concepto de administración del dinero y apoyo para la venta del producto este beneficio se convierte en utilidad operacional, y finalmente si el beneficio se deduce los gastos financieros se convierte en utilidad antes de impuesto.

A continuación se detalla estos rubros que componen el estado de resultados:

**TABLA 22: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

<i>PERDIDAS Y GANANCIAS</i>					
<b>INGRESOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Ventas	\$ 48.000,00	\$ 51.982,56	\$ 56.295,55	\$ 60.966,40	\$ 66.024,78
Costos de producción	\$ 9.600,00	\$ 9.901,44	\$ 10.212,35	\$ 10.533,01	\$ 10.863,75
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	<b>\$ 38.400,00</b>	<b>\$ 42.081,12</b>	<b>\$ 46.083,21</b>	<b>\$ 50.433,38</b>	<b>\$ 55.161,03</b>
% Margen de contribucion	400%	425%	451%	479%	508%
<b>Gastos administrativos</b>	<b>\$ 26.630,20</b>	<b>\$ 27.323,51</b>	<b>\$ 28.038,59</b>	<b>\$ 24.698,13</b>	<b>\$ 25.458,82</b>
Gerente de proyectos	\$ 900,00	\$ 928,26	\$ 957,41	\$ 987,47	\$ 1.018,48
Gerente de marketing	\$ 900,00	\$ 928,26	\$ 957,41	\$ 987,47	\$ 1.018,48
Vendedor 1	\$ 600,00	\$ 618,84	\$ 638,27	\$ 658,31	\$ 678,98
Vendedor 2	\$ 600,00	\$ 618,84	\$ 638,27	\$ 658,31	\$ 678,98
Renta	\$ 8.400,00	\$ 8.663,76	\$ 8.935,80	\$ 9.216,39	\$ 9.505,78
Servicios basicos	\$ 3.120,00	\$ 3.217,97	\$ 3.319,01	\$ 3.423,23	\$ 3.530,72
Celular	\$ 6.000,00	\$ 6.188,40	\$ 6.382,72	\$ 6.583,13	\$ 6.789,84
Internet	\$ 1.560,00	\$ 1.608,98	\$ 1.659,51	\$ 1.711,61	\$ 1.765,36
Depreciaciones	\$ 4.079,67	\$ 4.079,67	\$ 4.079,67	\$ 155,00	\$ 155,00
amortizaciones	\$ 470,53	\$ 470,53	\$ 470,53	\$ 317,20	\$ 317,20
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 11.769,80</b>	<b>\$ 14.757,61</b>	<b>\$ 18.044,61</b>	<b>\$ 25.735,25</b>	<b>\$ 29.702,20</b>
<b>(-) Gastos financieros</b>	<b>\$ (1.405,88)</b>	<b>\$ (942,95)</b>	<b>\$ (404,70)</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Gastos de Interés	\$ (1.324,52)	\$ (861,59)	\$ (323,34)	\$ -	\$ -
Seguro de desgravamen	\$ (46,56)	\$ (46,56)	\$ (46,56)		
Seguro de incendio	\$ (34,80)	\$ (34,80)	\$ (34,80)		
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 10.363,92</b>	<b>\$ 13.814,66</b>	<b>\$ 17.639,92</b>	<b>\$ 25.735,25</b>	<b>\$ 29.702,20</b>
Utilidades de trabajadores	\$ (1.554,59)	\$ (2.072,20)	\$ (2.645,99)	\$ (3.860,29)	\$ (4.455,33)
Impuesto a la renta	\$ (2.622,07)	\$ (3.495,11)	\$ (4.462,90)	\$ (6.511,02)	\$ (7.514,66)
<b>Utilidad neta del año</b>	<b>\$ 6.187,26</b>	<b>\$ 8.247,35</b>	<b>\$ 10.531,03</b>	<b>\$ 15.363,95</b>	<b>\$ 17.732,22</b>
<b>utilidad neta acumulada</b>	<b>\$ 6.187,26</b>	<b>\$ 14.434,62</b>	<b>\$ 24.965,65</b>	<b>\$ 40.329,59</b>	<b>\$ 58.061,81</b>

Fuente: Estudio financiero.  
Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

En la tabla 22 se describe en un horizonte de 5 años como se cubren costos y gastos producto de las actividades económicas del proyecto.

Así mismo se adiciona el rubro de gastos financieros, valores generados por la obtención del apalancamiento financiero para la compra de activo fijo, como se aprecia durante toda la simulación el beneficio es presente en todos los años, teniendo la seguridad que el proyecto no genera ninguna pérdida en toda la simulación.

## **5.8. Balance General**

El Balance General muestra la situación económica de la compañía, fotografiando los respaldos que contiene el proyecto así como las obligaciones con terceros que tiene la empresa por concepto de llevar a cabo sus operaciones comerciales.

Finalmente la diferencia de ellos es el patrimonio que constituye los valores aportados por los accionistas y los beneficios de cada año que se obtiene del proyecto una vez que se deducen todos los rubros tanto de la elaboración del producto como el control financiero.

En la tabla 23 se describe el comportamiento de los activos en cada año, se nota que el proyecto es muy rentable debido a que el recurso financiero del dinero aumenta de \$3.000,00 a \$15.069,83; por lo tanto la herramienta de la tecnología puede ser muy rentable al utilizar un menor esfuerzo en realizar una aplicación y replicarlo por todos los usuarios de la web.

Cabe indicar que en este tipo de negocios la demanda no solo se limita a nivel nacional sino de origen internacional.

**TABLA 23: BALANCE GENERAL DEL PROYECTO**

<i>BALANCE GENERAL</i>						
	2015	2016	2017	2018	2019	
<b>Activos</b>						
<b>Activos corrientes</b>	<b>\$ 3.000,00</b>	<b>\$ 15.069,83</b>	<b>\$ 25.950,83</b>	<b>\$ 38.728,23</b>	<b>\$ 57.827,89</b>	<b>\$ 77.632,12</b>
Caja bancos	\$ 3.000,00	\$ 15.057,83	\$ 25.938,46	\$ 38.715,46	\$ 57.814,73	\$ 77.618,54
Iva pagado		\$ 12,00	\$ 12,38	\$ 12,77	\$ 13,17	\$ 13,58
<b>Activos fijos</b>	<b>\$ 13.474,00</b>	<b>\$ 9.394,33</b>	<b>\$ 5.314,67</b>	<b>\$ 1.235,00</b>	<b>\$ 1.080,00</b>	<b>\$ 925,00</b>
Muebles de oficina	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00
Equipo de computacion utiles de oficina	\$ 5.250,00	\$ 5.250,00	\$ 5.250,00	\$ 5.250,00	\$ 5.250,00	\$ 5.250,00
Software	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Software	\$ 6.524,00	\$ 6.524,00	\$ 6.524,00	\$ 6.524,00	\$ 6.524,00	\$ 6.524,00
Depreciacion acumulada		\$ (4.079,67)	\$ (8.159,33)	\$ (12.239,00)	\$ (12.394,00)	\$ (12.549,00)
<b>Diferido</b>	<b>\$ 2.046,00</b>	<b>\$ 1.575,47</b>	<b>\$ 1.104,93</b>	<b>\$ 634,40</b>	<b>\$ 317,20</b>	<b>\$ -</b>
Gastos de constitución e instalacion	\$ 1.586,00	\$ 1.586,00	\$ 1.586,00	\$ 1.586,00	\$ 1.586,00	\$ 1.586,00
Adecuaciones	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00
Amortizacion acumulada		\$ (470,53)	\$ (941,07)	\$ (1.411,60)	\$ (1.728,80)	\$ (2.046,00)
<b>total de activos</b>	<b>\$ 18.520,00</b>	<b>\$ 26.039,63</b>	<b>\$ 32.370,43</b>	<b>\$ 40.597,63</b>	<b>\$ 59.225,09</b>	<b>\$ 78.557,12</b>
<b>Pasivos</b>						
Prestamo mediano plazo	\$ 10.000,00	\$ 7.154,70	\$ 3.846,48			
Retenciones por pagar		\$ 1,00	\$ 2,03	\$ 3,10	\$ 4,19	\$ 5,32
Iva Cobrado		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidades de trabajadores		\$ 1.554,59	\$ 2.072,20	\$ 2.645,99	\$ 3.860,29	\$ 4.455,33
Impuesto a la renta		\$ 2.622,07	\$ 3.495,11	\$ 4.462,90	\$ 6.511,02	\$ 7.514,66
total pasivos	\$ 10.000,00	\$ 11.332,36	\$ 9.415,82	\$ 7.111,98	\$ 10.375,50	\$ 11.975,31
<b>Patrimonio</b>						
Capital	\$ 8.520,00	\$ 8.520,00	\$ 8.520,00	\$ 8.520,00	\$ 8.520,00	\$ 8.520,00
Utilidad neta del año		\$ 6.187,26	\$ 8.247,35	\$ 10.531,03	\$ 15.363,95	\$ 17.732,22
utilidad neta acumulada			\$ 6.187,26	\$ 14.434,62	\$ 24.965,65	\$ 40.329,59
total patrimonio	\$ 8.520,00	\$ 14.707,26	\$ 22.954,62	\$ 33.485,65	\$ 48.849,59	\$ 66.581,81
<b>Total pasivos mas patrimonio</b>	<b>\$ 18.520,00</b>	<b>\$ 26.039,63</b>	<b>\$ 32.370,43</b>	<b>\$ 40.597,63</b>	<b>\$ 59.225,09</b>	<b>\$ 78.557,12</b>

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

Con referencia a los pasivos se ve que dichas obligaciones son saldadas en el 3er año sin ocasionar un impacto financiero severo en la economía del proyecto, en el siguiente rubro se observa como las obligaciones de impuesto a la renta y participación de trabajadores son cumplidas a cabalidad, y que se cuenta con suficiente flujo para cubrirlas sin necesidad de adición de capital.

El tercer punto lo compone el patrimonio, que se incrementa conforme pasan los años por la presencia de utilidades en el Estado de Resultados, estos rubros de beneficio se dividen en dos temas, uno con referencia a las utilidades del año

y otro a las utilidades acumuladas, a fin que el accionista observe como crece su inversión y retirar beneficio en el caso de pago de dividendos.

## **5.9. Estado de Flujos de Efectivo**

En el Estado de Flujo de Efectivo se muestra la administración del dinero en el proyecto, la importancia radica en que se puede establecer como cada rubro se va cubriendo o puede inflarse por el modelo de negocios del mercado. Este estado se divide en tres tramos comprendidos en el flujo procedente de operaciones que trata netamente las entradas y salidas de las ventas y elaboración de la aplicación además de los rubros por concepto de pagos al personal de la compañía.

Otro tramo del Estado de Flujo de Efectivo es el flujo procedente de Activos Fijos que comprende las inversiones que incurre el proyecto para la operación del negocio. Y finalmente el flujo procedente de actividades financieras que encierra aquellos rubros del capital propio y capital de apalancamiento para que el inversionista observe cómo se obtiene la financiación del proyecto y el pago de préstamo por concepto del mismo.

Producto de este estado se puede observar que no se presentan requerimientos de dinero, adicionando dinero en todos los años. Ello es positivo para los inversionistas y administradores del proyecto pues el mercado ofrece las garantías para siempre contar con beneficio adicional y no tener la incertidumbre de solicitar capital porque las ventas en algún momento no puedan cubrir el beneficio obtenido de las ventas.

Inclusive en la puesta en marcha se tiene la oportunidad de mejorar el producto propuesto ya que en el lapso del horizonte de planificación se obtiene beneficios para invertir y así potenciar el rendimiento sobre la inversión solicitada.

**TABLA 24: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO**

Estado de Flujo de Efectivo						
	2015	2016	2017	2018	2019	
<b>(+) Flujo procedente de operaciones</b>	\$ 16.309,00	\$ 15.131,80	\$ 17.028,18	\$ 19.099,26	\$ 19.803,82	
Ingresos operacionales	\$ 53.280,00	\$ 57.700,64	\$ 62.488,06	\$ 67.672,70	\$ 73.287,50	
Ventas al contado	\$ 53.280,00	\$ 57.700,64	\$ 62.488,06	\$ 67.672,70	\$ 73.287,50	
<b>Egresos operacionales</b>	\$ (36.971,00)	\$ (42.568,84)	\$ (45.459,88)	\$ (48.573,44)	\$ (53.483,69)	
Costo de ventas	\$ 9.732,00	\$ 10.037,58	\$ 10.352,76	\$ 10.677,84	\$ 11.013,13	
IVA Neto	\$ 5.148,00	\$ 5.569,94	\$ 6.039,71	\$ 6.548,71	\$ 7.100,18	
Retenciones Cobradas	\$ 11,00	\$ 11,35	\$ 11,70	\$ 12,07	\$ 12,45	
Gerente de proyectos	\$ 900,00	\$ 928,26	\$ 957,41	\$ 987,47	\$ 1.018,48	
Gerente de marketing	\$ 900,00	\$ 928,26	\$ 957,41	\$ 987,47	\$ 1.018,48	
Vendedor 1	\$ 600,00	\$ 618,84	\$ 638,27	\$ 658,31	\$ 678,98	
Vendedor 2	\$ 600,00	\$ 618,84	\$ 638,27	\$ 658,31	\$ 678,98	
Renta	\$ 8.400,00	\$ 8.663,76	\$ 8.935,80	\$ 9.216,39	\$ 9.505,78	
Servicios basicos	\$ 3.120,00	\$ 3.217,97	\$ 3.319,01	\$ 3.423,23	\$ 3.530,72	
Celular	\$ 6.000,00	\$ 6.188,40	\$ 6.382,72	\$ 6.583,13	\$ 6.789,84	
Internet	\$ 1.560,00	\$ 1.608,98	\$ 1.659,51	\$ 1.711,61	\$ 1.765,36	
Impuesto a la renta		\$ 1.554,59	\$ 2.072,20	\$ 2.645,99	\$ 3.860,29	
Participación de trabajadores		\$ 2.622,07	\$ 3.495,11	\$ 4.462,90	\$ 6.511,02	
<b>(+) Flujo procedente de activos fijos</b>	\$ (15.520,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Inversiones	\$ (15.520,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>(+) Flujo procedente de actividades financieras</b>	\$ 18.520,00	\$ (4.251,17)	\$ (4.251,17)	\$ (4.251,17)	\$ -	
Capital Propio	\$ 8.520,00					
Capital Ajeno	\$ 10.000,00					
Pago de deuda capital	\$ (2.845,30)	\$ (3.308,23)	\$ (3.846,48)			
Gastos financieros	\$ (1.405,88)	\$ (942,95)	\$ (404,70)			
<b>Flujo de caja anual</b>	\$ 3.000,00	\$ 12.057,83	\$ 10.880,63	\$ 12.777,01	\$ 19.099,26	\$ 19.803,82
<b>Flujo de caja acumulado</b>	\$ 3.000,00	\$ 15.057,83	\$ 25.938,46	\$ 38.715,46	\$ 57.814,73	\$ 77.618,54

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

En la tabla 24 se describe el estado de flujo de efectivo, el total del flujo acumulado sirve para determinar la cuenta caja- bancos del proyecto, y sirve como una herramienta para la determinación de un control total sobre el control del dinero y cubrir todas las obligaciones detalladas en el Estado de Pérdidas y Ganancias.

El flujo procedente de las operaciones sirve para la evaluación del proyecto ya que es el único ingreso que relaciona directamente el negocio, siendo los demás reemplazados en caso de que se obtenga todo el financiamiento por parte de los inversionistas.

## 5.10. Análisis Financiero

Cómo se describió en el inicio del capítulo los indicadores para la Evaluación Financiera a utilizar son el valor actual neto, la tasa interna de retorno y el tiempo de recuperación de la inversión. La tasa de descuento o TMAR comprende la adición de indicadores externos como la tasa activa del mercado, tasa pasiva de inversiones y requerimiento adicional de los accionistas a fin que este tipo de interés contrarrestare un escenario cambiante del mercado y pueda mantenerse a la par con el valor del dinero en el tiempo.

**TABLA 25: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO**

Flujo operativo	\$ (18.520,00)	\$ 16.309,00	\$ 15.131,80	\$ 17.028,18	\$ 19.099,26	\$ 19.803,82
TIR	85%					
Tasa de descuento	39,33%					
Tasa activa del mercado	15,19%					
Tasa pasiva de inversiones	6%					
Porcentaje de inflación	3,14%					
Rendimiento de accionistas	15%					
Valor actual neto	\$ 16.115,22					
Tiempo de recuperación de la inversión	1,24					

**Fuente: Estudio financiero.**

**Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala**

En la tabla 25 se muestra los resultados de la evaluación financiera, donde el rendimiento máximo del proyecto se centra en un 85% es decir que es el tope máximo para cubrir tanto necesidades de los inversionistas como la tasa activa por requerimiento financiero.

El segundo indicador para saber si el proyecto es rentable es el valor actual neto cuyo resultado es positivo con un beneficio de \$16.115,22 influenciado por una TMAR de 15.19% formada por la tasa activa del mercado, tasa pasiva del inversionista y porcentaje de la inflación del proyecto.



Lo que indica que por cada dólar invertido en la iniciativa propuesta se obtiene un beneficio adicional del 85% o una utilidad de \$16.115,22 dólares.

Para aquel inversionista que tome la propuesta por cada dólar invertido tiene que esperar una recuperación de 1.24 años es decir que luego de 1 año contará con el porcentaje de dinero aportado.

## 5.11. Punto de Equilibrio

Las ventas determinadas en los análisis financieros son en función al comportamiento del mercado, sin embargo surge la incertidumbre de conocer cuál es la meta mínima de la administración de comercializar la aplicación para cubrir costos sin generar pérdidas, para lo cual se plantea el cálculo del punto de equilibrio.

Este Punto de Equilibrio arroja como resultado las unidades mínimas que requiere el proyecto, se tiene la contratación mensual. Para conocer en detalle cada producto es necesario calcular el punto de equilibrio para varios productos.

Para el cálculo del Punto de Equilibrio se multiplica los costos fijos del proyecto determinados por los gastos de administración, se multiplica por la participación de costos variables y se lo divide para el margen de ganancia ponderada.

Los resultados del punto de equilibrio por producto se muestran a continuación:

**TABLA 26: PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO**

Producto	Punto de equilibrio	
Mensual	166,44	unidades mínimas a producir
Totales	166,44	

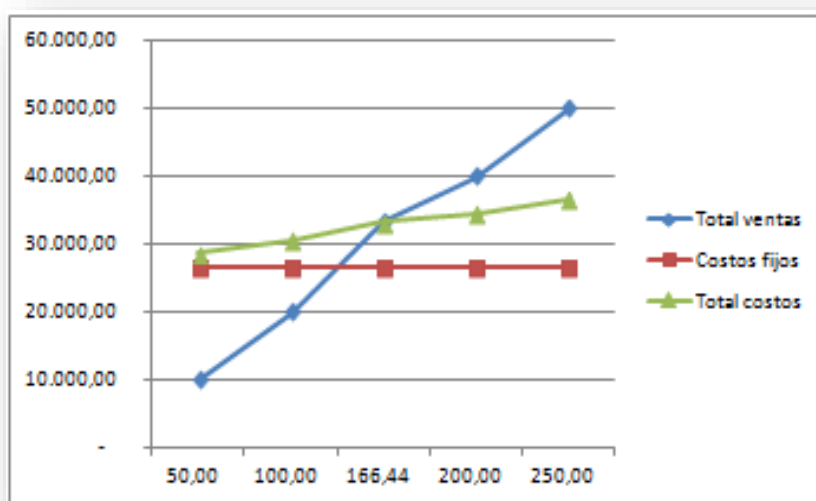
Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

En la tabla 26 se describe el punto de equilibrio por producto donde mensualmente se necesita 116,44 dando un total de 116,44 suscripciones de promociones de eventos para cubrir el costo del proyecto.

Para el método gráfico al multiplicar el mínimo de productos requeridos se tiene como resultado, lo siguiente:

**GRÁFICO 20 PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES.**



**Fuente: Estudio financiero.**  
**Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala**

En el gráfico 20 se muestra como el número de unidades halladas por el punto de equilibrio por producto cubre la recta de costos fijos y determina en qué punto las ventas superan a los costos totales. Esto quiere decir que superando estas suscripciones se obtendrán los beneficios para mantener al proyecto sin pérdidas.

## CONCLUSIONES

Finalizada nuestra investigación establecemos las siguientes conclusiones:

1. La rápida evolución en el área de hardware hace que de manera obligatoria exista un desarrollo paralelo con el software que utilizan los Smartphone, gracias a estos avances tecnológicos, y a las herramientas de desarrollo que ofrecen, las aplicaciones móviles tienen un amplio crecimiento en el mercado ya que son una alternativa muy atractiva porque generan importantes ingresos para las empresas.
2. Los resultados de la Investigación de Mercado de este proyecto ratifican que la idea de crear una aplicación móvil como una Agenda Electrónica, constituye una herramienta de gran ayuda que servirá para que muchas empresas puedan promover sus diversos eventos debido a la gran demanda de usuarios que poseen teléfonos inteligentes
3. Con la llegada de nuevos equipos y tecnología las personas en general tienen cada vez más interés en obtener o renovar su teléfono inteligente siendo así las aplicaciones móviles novedosas para la gente joven y ejecutivos quienes necesitan estar a la vanguardia con el uso de esta.
4. Para llevar a cabo la creación de la aplicación móvil requiere de la construcción de algunos procesos que son elaborados por desarrolladores de plataformas virtuales quienes tendrán la capacidad y creatividad para la realización de la Agenda Electrónica.
5. Con este estudio y análisis de costos, precios, proyección de ventas se ha llegado a la conclusión de que la cantidad mínima que debemos vender en el primer año es de \$48.000,00 ya que esto nos permite tener una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 85% y nuestra Tasa de Descuento (TMAR) es del 15,19% haciendo valida la regla de que (TIR debe ser mayor a TMAR) nos otorga un Valor Actual Neto (VAN) de \$16.115,22. La deuda

la cubriremos totalmente en el año 3 sin tener saldo negativo. Es decir que el proyecto será rentable.

6. Dado como resultado final la factibilidad de introducir esta nueva aplicación móvil propuesta como Agenda Electrónica de eventos en la ciudad, estamos seguras que generaría mucha publicidad, ya que es considerada una herramienta de marketing moderno para las empresas promotoras de eventos.

## RECOMENDACIONES

Nos permitimos, hacer las siguientes recomendaciones:

1. La empresa debe de dar mantenimiento continuo a la aplicación debido a que es importante utilizar nuevas herramientas de desarrolladores que existan en el mercado, además se hace indispensable actualizar la información de los eventos.
2. Se sugiere que el proyecto sea implementado en otras ciudades del país como Quito, Cuenca, Loja, Salinas, Esmeraldas, Machala, entre otras, en donde haya mucha actividad comercial y social y sea necesaria la Agenda Electrónica para la reservación y pago de eventos. Esto ayuda a ampliar el alcance del servicio para mantener informado al usuario, lo cual requerirá una nueva Investigación de Mercado. En el caso que se decida implementar la aplicación en otras ciudades del país por los buenos resultados de los ingresos presentados en el estudio, se debe tomar en cuenta que esto genera nuevos presupuesto y opciones de financiamiento.
3. Debido a esa implementación tecnológica será necesario ampliar el recurso humano, renovar equipos tecnológicos, mejorar la presentación de las oficinas para dar una buena impresión e imagen, y demás implementos que sean necesarios.
4. Al personal se lo debe de motivar, capacitar, y sobre todo al personal de ventas, enfatizando en la importancia del cliente para generar un ambiente de mercado que fomente una buena e inteligente relación tanto dentro de la empresa como fuera de ella.

## Bibliografía

- (s.f.). Obtenido de Universidad de Valencia:  
[http://www.uv.es/frasquem/dci/DirCom1TEMA\\_8.pdf](http://www.uv.es/frasquem/dci/DirCom1TEMA_8.pdf)
- (s.f.). Obtenido de definicion de : <http://definicion.de/flujo-de-efectivo/>
- (2010). Obtenido de Zona Economica:  
<http://www.zonaeconomica.com/recursos/financieros>
- (2011). En *Libro Blanco de apps* (págs. 1-96). Madrid: Mobile Marketing Association.
- (2011). En A. E. Digital, *Libro banco del Comercio Electrónico* (págs. 1-215). Madrid: Adigital.
- (2012). Obtenido de Superintendencia de Compañías:  
<http://www.supercias.gob.ec/portal/>
- 45 600 millones de descargas de aplicaciones móviles en 2012. (12 de septiembre de 2012). *Explored*, pág. 1.
- ALEGSA. (3 de noviembre de 2014). *Alegsa*. Obtenido de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/framework.php>
- Alegsa, L. (2013). Definicion de GPS. *ALEGSA-*, 1.
- Alvarez, M. A. (01 de Enero de 2001). *desarrolloweb*. Obtenido de <http://www.desarrolloweb.com/articulos/332.php>
- Arango, A. (2000). Obtenido de Biblioteca Luis Ángel Arango:  
<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo16.htm>
- Báez, M., & Borrego, Á. (2012). En *Introducción a Android* (págs. 1-117). Madrid: Grupo Tecnología UCM.
- Balaz, A. (Febrero de 2013). *ENOUGH SOFTWARE*. Obtenido de UNIVERSIDAD OBERDA DE CATALUNYA:  
[http://www.enough.de/fileadmin/uploads/dev\\_guide\\_pdfs/Guide\\_12thEdition\\_Castellano\\_WEB.pdf](http://www.enough.de/fileadmin/uploads/dev_guide_pdfs/Guide_12thEdition_Castellano_WEB.pdf)
- Benassini, M. (2009). *Investigación de Mercados: Enfoque para América Latina*. . México: Pearson Educación .
- Condiciones del Servicio de Google Play*. (10 de diciembre de 2014). Obtenido de [https://play.google.com/intl/es-419\\_ec/about/play-terms.html](https://play.google.com/intl/es-419_ec/about/play-terms.html)
- Desarrollo de Aplicaciones Moviles . (2012). *REVISTA INSTITUCIONAL SUPERTEL N. 14*, 1-48. Obtenido de [http://www.supertel.gob.ec/pdf/publicaciones/supertel14\\_2012.pdf](http://www.supertel.gob.ec/pdf/publicaciones/supertel14_2012.pdf)
- Garrido Cobo, J. (Enero de 2013). *TFC Desarrollo de Aplicaciones Moviles*. Obtenido de

[http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/18528/6/jugar\\_ridocoTFC0113memoria.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/18528/6/jugar_ridocoTFC0113memoria.pdf)

- Gil Gallegos, J. (7 de marzo de 2014). *Historia de las aplicaciones móviles*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/cobiruto/historia-de-las-aplicaciones-moviles>
- Guia de Inicio Rapido para Desarrollar apps Internas*. (2011). Obtenido de [https://www.apple.com/es/ipad/business/docs/In-house\\_App\\_Accelerator\\_Guide\\_ES\\_Apr11.pdf](https://www.apple.com/es/ipad/business/docs/In-house_App_Accelerator_Guide_ES_Apr11.pdf)
- INEC. (diciembre de 2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de [http://www.inec.gob.ec/sitio\\_tics/presentacion.pdf](http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/presentacion.pdf)
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. (2012). Obtenido de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion/>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social*. (noviembre de 2014). Obtenido de <http://www.iess.gob.ec/es/web/guest/institucion>
- Korman, A. (1978 ). *Psicología de la industria y de las organizaciones* . Madrid: Marova.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* . Mexico: Pearson Educación .
- Ley de Comercio Electronico, Firma y Mensaje de Datos*. (17 de abril de 2002). Obtenido de <http://www.desarrolloamazonico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/LEY-DE-COMERCIO-ELECTRONICO-DE-FIRMAS.pdf>
- Ley de Compañías*. (5 de noviembre de 1999). Obtenido de [http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/LEY\\_DE\\_COMPANIAS.pdf](http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/LEY_DE_COMPANIAS.pdf)
- Ley de Propiedad Intelectual*. (19 de noviembre de 1998). Obtenido de <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/80.pdf>
- Ley del Regimen Tributario*. (17 de noviembre de 2004). Obtenido de SRI: [http://quito.com.ec/inversiones/download/Marco%20Normativo/Normas/ley\\_de\\_regimen\\_tributario\\_interno.pdf](http://quito.com.ec/inversiones/download/Marco%20Normativo/Normas/ley_de_regimen_tributario_interno.pdf)
- Libro Blanco de Las Web Mviles. (2012). Madrid: Mobile Marketing Association.
- Lopez, R. (12 de enero de 2013). *Marketing Digital desde Cero*. Obtenido de <http://marketingdigitaldesdecero.com/2013/01/12/el-marketing-digital-definicion-y-bases/>
- M. I. Municipalidad de Guayaquil*. (s.f.). Obtenido de [http://www.guayaquil.gob.ec/la\\_municipalidad](http://www.guayaquil.gob.ec/la_municipalidad)
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* . México: Pearson Educación.
- mas adelante* . (2000). Obtenido de <http://www.masadelante.com/faqs/software-hardware>

- Ministerio de Relaciones Laborales*. (2012). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/el-ministerio/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*. (2009). Obtenido de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-ministerio/>
- Mochón, F., & Beker, V. (2008). *Economía Principios y Aplicaciones*. Argentina: Mc Graw Hill.
- Servicio de Rentas Internas*. (2011). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67;jsessionid=raJkx8uP4jLLizDjvRbb8HFf>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* . Mexico: Mc Graw-Hill .
- Subirats, J. (3 de abril de 2014). *fandroides*. Obtenido de <http://www.fandroides.com/que-es-y-para-que-sirve-el-sdk/>
- SUPERTEL. (2012). Desarrollo de Aplicaciones Mviles. *REVISTA INSTITUCIONAL N. 14*, 1-48. Obtenido de [http://www.supertel.gob.ec/pdf/publicaciones/supertel14\\_2012.pdf](http://www.supertel.gob.ec/pdf/publicaciones/supertel14_2012.pdf)
- SUPERTEL. (2012). Evolucion de la Telefonía móvil en el Ecuador. *Revista Institucional n.16*, 1-42.
- Taylor, S., & Bogdar, R. (2000). *Introducción de los metodos de investigación*. México: Paidós.
- Turismo, L. d. (06 de mayo de 2008). *Ley de Turismo*. Recuperado el 19 de febrero de 2015, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, D., & Valdecasa, E. (Diciembre de 2011). *ONTSI*. Obtenido de [http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201\\_ontsi\\_redes\\_sociais.pdf](http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf)



# ANEXOS

## Anexo 1



**Grupo Focal: Presentación del producto a los participantes.**



**Grupo Focal: Presentación del producto a los participantes.**



**Grupo Focal: Presentación del producto a los participantes.**



**Grupo Focal: Presentación del producto a los participantes.**



**Grupo Focal: Presentación del producto a los participantes.**

## Anexo 2

### Transcripción del Grupo Focal

**Lugar:** Facultad de Arquitectura de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

**Día:** 29 de noviembre del 2014

#### 1) **Al momento de buscar un evento. ¿Por qué medio lo realiza?**

**Participante 1:** “Lo realizo por el internet, todo depende al lugar donde quiera ir”

**Participante 2:** “También busco por internet, revistas, depende del presupuesto que tenga en el momento”

**Participante 3:** “Leo el periódico, ocasionalmente publican eventos interesantes”.

**Participante 4:** “En mi caso prefiero buscar por internet, me gusta observar el lugar donde se van a realizar los eventos”

**Participante 5:** “Por medio de comentarios de mis amigos o familiares, cuando ellos se enteran sobre algún evento interesante a realizarse”.

**Participante 6:** “Me entero por mi familia”.

**Participante 7:** “Mis amistades están pendiente de eventos los cuales me dicen para asistir”.

**Participante 8:** “Busco por internet desde mi celular”.

**Participante 9:** “Por las redes sociales”.

**Participante 10:** “Por internet, redes sociales, por el periódico”.

#### 2) **¿Qué aspecto considera al ver las distintas opciones?**

**Participante 1:** “Depende del tipo de evento a realizarse y el lugar donde va a estar ubicado” .

**Participante 2:** “Considero el valor a pagarse por el evento”.

**Participante 3:** “Básicamente considero saber si el evento va a tener una seguridad apropiada”.

**Participante 4:** “Como yo trabajo es muy importante para mi saber la ubicación de los eventos para poder llegar a ellos a tiempo”

**Participante 5:** “En mi caso es la ubicación, seguridad y si tienen algún tipo de descuentos para estudiantes o familias”.

**Participante 6:** “Es importante la ubicación”.

**Participante 7:** “La seguridad que ofrece el evento”.

**Participante 8:** “Es importante los costos de la entrada y descuentos”.

**Participante 9:** “El costo y seguridad”.

**Participante 10:** “El tipo de evento, si es de mi agrado, el valor de la entrada para saber si esta dentro de mi presupuesto”.

**3) ¿Es importante para usted que el evento provea toda la descripción necesaria? ¿Porque?**

**Participante 1:** “Si, me encanta saber en detalle la descripción de los eventos”

**Participante 2:** “En mi opinión si me llama la atención saber la descripción total del evento”

**Participante 3:** “Si, me gusta saber las actividades que se van a realizar en los eventos”.

**Participante 4:** “Si, es necesario saber que actividades se va a ofrecer en el evento para decidir si deseo asistir”.

**Participante 5:** “Claro, es importante saber que programa se va a disfrutar”.

**Participante 6:** “Si es importante saber qué es lo que voy a recibir por ir a este evento y si el precio cubre las expectativas que el evento va a ofrecer”.

**Participante 7:** “Me gusta saber el itinerario ofrecido”.

**Participante 8:** “Por supuesto, me gusta saber las actividades a realizarse en cada evento, o lo que ofrece”.

**Participante 9:** “Si es importante saber la descripción”.

**Participante 10:** “Si me gusta saber en detalle lo que se va a ofrecer en los diferentes eventos, su seguridad y demás aspectos”.

**4) Al tener el evento elegido. ¿Cómo realiza su reservación y forma de pago?**

**Participante 1:** “No realizo reserva y la forma de pago es en efectivo”

**Participante 2:** “Tampoco realizo reserva y cancelo el mismo día del evento”

**Participante 3:** “La forma de pago es en el mismo instante antes de ingresar al evento”.

**Participante 4:** “En mi caso me resulta molesto dirigirme al lugar a realizar una reserva, pago el valor de la entrada antes de ingresar al evento”.

**Participante 5:** “Cancelo con tarjeta de crédito pero no realizo reserva”.

**Participante 6:** “Pago con tarjeta de crédito, a veces realizo una reservación”.

**Participante 7:** “Pago en efectivo, si el evento lo amerita realizo la reservación”.

**Participante 8:** “No hago una reservación, cancelo antes de ingresar al evento en efectivo”.

**Participante 9:** “Nunca hago reservaciones y cancelo en efectivo o tarjeta de crédito”.

**Participante 10:** “Siempre pago en efectivo, no reservo”.

**5) ¿Le resulta cómodo asistir al lugar días previos para realizar la reservación?**

**Participante 1:** “No me resulta cómodo”

**Participante 2:** “Para nada”

**Participante 3:** “No es cómodo”.

**Participante 4:** “No, es una pérdida de tiempo”

**Participante 5:** “No, me resulta fastidioso”.

**Participante 6:** “No es cómodo”.

**Participante 7:** “No, por eso no la realizo”.

**Participante 8:** “Para nada es cómodo se pierde tiempo”.

**Participante 9:** “No”.

**Participante 10:** “No se pierde tiempo, no es cómodo trasladarse solo para realizar una reservación”.

**6) ¿Cómo percibe, si tuviera una forma de realizar una reserva instantánea y pagarla al momento de haber escogido el evento de su preferencia, desde su Smartphone?**

**Participante 1:** “Fuera magnífico”

**Participante 2:** “Pienso que sería lo más óptimo”

**Participante 3:** “Me parece una solución fantástica”

**Participante 4:** “Fabuloso, no perdería tiempo”

**Participante 5:** “Sería genial”.

**Participante 6:** “Pienso que es una idea innovadora”.

**Participante 7:** “Sería una forma muy fácil de localizar eventos en la ciudad”.

**Participante 8:** “Pienso que da facilidad al cliente”.

**Participante 9:** “Es una buena idea que se implemente en la ciudad”.

**Participante 10:** “Sería una implementación con mucha acogida”.

**7) Después de la demostración del video de la Agenda Electrónica. ¿Estarían dispuestos a descargar la aplicación?**

**Participante 1:** “Si, lo estaría”

**Participante 2:** “Por supuesto que sí”

**Participante 3:** “Si, es más práctico”.

**Participante 4:** “Me encanta, si”

**Participante 5:** “Si, es interesante”.

**Participante 6:** “Por supuesto me he ha tocado buscar información de eventos y no es sencillo hay que buscar en muchas páginas”.

**Participante 7:** “Si, la descargaría”.

**Participante 8:** “Si, me parece interesante”.

**Participante 9:** “Si, la idea de un medio para encontrar y reservar un evento es novedoso”.

**Participante 10:** “Si, me parece una aplicación interesante”.

**8) ¿Considera que es más factible realizar este proceso, respecto a la opción que antes tenían que realizar?**

**Participante 1:** “Si, es mucho más fácil”

**Participante 2:** “Si, es fácil”

**Participante 3:** “En mi opinión, si”.

**Participante 4:** “Pienso que si”

**Participante 5:** “Claro que sí”.

**Participante 6:** “Si, considero que es una idea practica”.

**Participante 7:** “Si, la Agenda Electrónica es fácil de usar”.

**Participante 8:** “Si, esto nos hace la vida más práctica”.

**Participante 9:** “Si, esta soluciones nos facilita la búsqueda”.

**Participante 10:** “Si, esto nos ahorra tiempo y dinero”.



**9) ¿Sienten seguridad al hacer la reservación y pagar por medio de esta aplicación?**

**Participante 1:** “Si”.

**Participante 2:** “Si, porque la conexión es directa con el evento”.

**Participante 3:** “Si, es seguro”.

**Participante 4:** “Si”.

**Participante 5:** “Si”.

**Participante 6:** “Si”.

**Participante 7:** “Si, me parece un método seguro”.

**Participante 8:** “Si es un manera segura”.

**Participante 9:** “Si considero que es seguro”.

**Participante 10:** “Si, pienso que es segura”.

**10) ¿Qué otros servicios adicionales sugiere usted que debería tener la Agenda Electrónica?**

**Participante 1:** “Deberían incluir información de los organizadores de los eventos”.

**Participante 2:** “Se debería observar la disponibilidad de acceso”.

**Participante 3:** “Debe de haber descuentos”.

**Participante 4:** “La opción de crear el perfil del usuario y planificación de los eventos”.

**Participante 5:** “Se debe vincular las actividades del calendario del celular con las actividades que elija en la aplicación”.

**Participante 6:** “Para mí es completa”.

**Participante 7:** “Se puede innovar en el futuro pero por ahora es completa”.

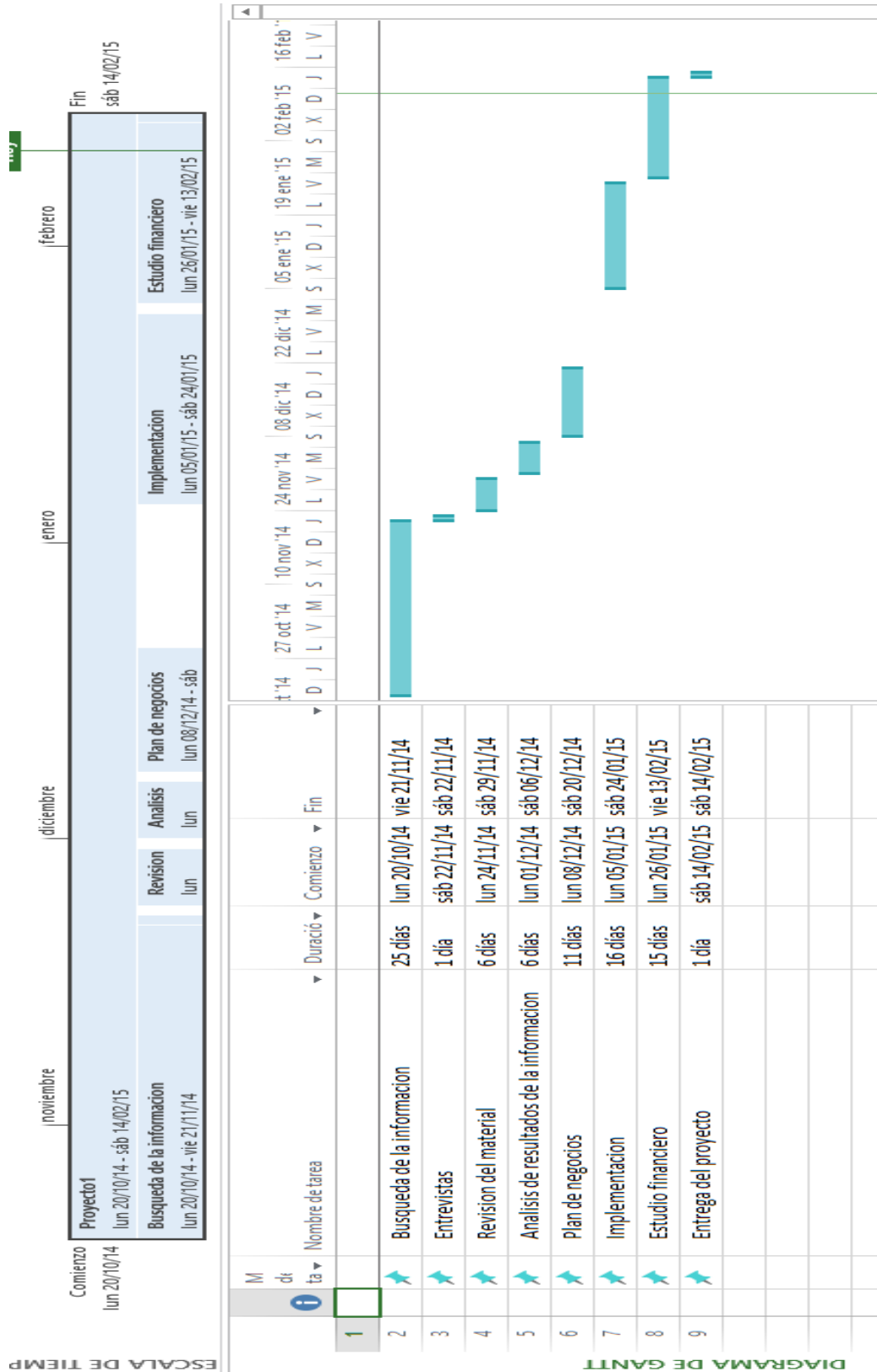
**Participante 8:** “Pienso que es completa”.

**Participante 9:** “Pienso que debe ir innovando con el tiempo”.

**Participante 10:** “Para mí es completa”.

### Anexo 3

Tabla del Diagrama de Gantt del proyecto “EventApp”



Elaborado por: Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala

## Anexo 4

### Tabla de Amortización del préstamo bancario para el proyecto

Valor del bien:	USD 10,000.00
Financiamiento vivienda	USD 10,000.00
Gastos legales	USD 0.00
Capital a financiar	USD 10,000.00

% Financiamiento	100.00%
------------------	---------

Tasa	15.1696%
Plazo (# meses)	36

TABLA TRADE BUILDING

No. Dividendo	Fecha	Saldo en US\$	Dividendo por capital prestado	Interes	Abono Cap.	Seguro desgravamen	Seguro incendio	Total Dividendo a pagar
		S/. 10,000.00		15.17%				
1	31-ene-2012	S/. 9,778.93	S/. 347.48	S/. 126.41	S/. 221.07	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26
2	1-mar-2012	S/. 9,555.06	S/. 347.48	S/. 123.62	S/. 223.86	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26
3	31-mar-2012	S/. 9,328.37	S/. 347.48	S/. 120.79	S/. 226.69	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26
4	30-abr-2012	S/. 9,098.80	S/. 347.48	S/. 117.92	S/. 229.56	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26
5	30-may-2012	S/. 8,866.34	S/. 347.48	S/. 115.02	S/. 232.46	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26
6	29-jun-2012	S/. 8,630.93	S/. 347.48	S/. 112.08	S/. 235.40	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26
7	29-jul-2012	S/. 8,392.56	S/. 347.48	S/. 109.11	S/. 238.37	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26
8	28-ago-2012	S/. 8,151.16	S/. 347.48	S/. 106.09	S/. 241.39	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26
9	27-sep-2012	S/. 7,906.72	S/. 347.48	S/. 103.04	S/. 244.44	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26
10	27-oct-2012	S/. 7,659.19	S/. 347.48	S/. 99.95	S/. 247.53	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26
11	26-nov-2012	S/. 7,408.52	S/. 347.48	S/. 96.82	S/. 250.66	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26
12	26-dic-2012	S/. 7,154.69	S/. 347.48	S/. 93.65	S/. 253.83	S/. 3.88	S/. 2.90	S/. 354.26

Fuente: Banco del Pacifico

## Requisitos para el préstamo bancario

### REQUISITOS PARA CREDITOS

#### DOCUMENTOS GENERALES DEL CLIENTE - CONYUGE:

- Solicitud de Crédito del Deudor
- 4 copias a color de Cédula de Identidad (Legible y Vigente)
- 4 copias a color del Certificado de Votación (Legible y Vigente)
- Copia de Planilla de Servicios Básicos de uno de los 2 últimos meses de su lugar de residencia. (en caso de que la residencia sea de un tercero, traer carta que autoriza el uso de la Planilla).
- Documentación de Respaldo Patrimonial si fuera el caso (Copias de Impuestos Prediales o Copias de Matriculas).
- Tarjetas de Crédito (Nombre del banco o institución, número y cupo; por escrito).
- Copia de los últimos 3 estados de Cuentas Corrientes y Cuentas de Ahorro principales. (Si su cuenta principal es del Banco del Pacífico, no es necesario presentar)

#### DOCUMENTACION FINANCIERA:

##### Como Dependiente:

- Certificado de trabajo, el cual deberá tener antigüedad laboral, cargo e ingresos actuales, con firma y sello original de la empresa donde labora.
- Roles de pago de los últimos 3 meses anteriores a la solicitud.

##### Como Independiente:

- Copia del RUC o RISE.
- Copia de la declaración del Impuesto a la Renta de los últimos 3 años.
- Copia de la declaración del IVA de los últimos 6 meses.

**Fuente: Banco del Pacífico**

## ANEXO 5

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno

Fuente: Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

### LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, CODIFICACION

Codificación 26  
Registro Oficial Suplemento 463 de 17-nov-2004  
Ultima modificación: 10-may-2011  
Estado: Vigente

#### NOTA GENERAL:

De acuerdo al Artículo 1, literal c), de la Ley del Fondo de Desarrollo Universitario y Politécnico, dada por Ley No. 0, publicada en Registro Oficial 940 de 7 de Mayo de 1996, se destina el equivalente al 10% del IVA, a partir del ejercicio 1999, para financiamiento de las Universidades y Politécnicas.

H. CONGRESO NACIONAL  
LA COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION

Resuelve:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY  
DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

Título Primero  
IMPUESTO A LA RENTA

Capítulo I  
NORMAS GENERALES

**Art. 1.-** Objeto del Impuesto.- Establécese el Impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.

Nota: Reforma Inorgánica dada por Ley No. 34, publicada en Registro Oficial 238 de 28 de Marzo del 2006.

Nota: Reforma Inorgánica dada por Ley No. 34, publicada en Registro Oficial 238 de 28 de Marzo del 2006, Declarada Inconstitucional Total por Resolución del Tribunal Constitucional No. 3, publicada en Registro Oficial Suplemento 288 de 9 de Junio del 2006.

#### Concordancias:

CODIGO CIVIL (LIBRO II), Arts. 1001, 1003  
CODIGO TRIBUTARIO, CODIFICACION, Arts. 3

**Art. 2.-** Concepto de renta.- Para efectos de este Impuesto se considera renta:

- 1.- Los Ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios; y
- 2.- Los Ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 98 de esta Ley.

Nota: Incluida Fe de erratas, publicada en Registro Oficial No. 478 de 9 de Diciembre del 2004.

Nota: Numeral 1. sustituido por Art. 55 de Decreto Legislativo No. 000, publicado en Registro Oficial Suplemento 242 de 29 de Diciembre del 2007.

Fuente: Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

**Concordancias:**

CODIGO TRIBUTARIO, CODIFICACION, Arts. 15

**Art. 3.- Sujeto activo.-** El sujeto activo de este impuesto es el Estado. Lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas.

**Concordancias:**

CODIGO TRIBUTARIO, CODIFICACION, Arts. 23

**Art. 4.- Sujetos pasivos.-** Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley.

Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad, pagarán el impuesto a la renta en base de los resultados que arroje la misma.

**Fuente: Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno**

Capítulo IV  
DECLARACION Y PAGO DEL IVA

**Art. 67.- Declaración del impuesto.-** Los sujetos pasivos del IVA declararán el impuesto de las

LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, CODIFICACION - Página 49  
eSilec Profesional - www.leds.com.ec



No importa qué documento e importe sus son absolutamente gratuitos



operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas, salvo de aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago en cuyo caso podrán presentar la declaración en el mes subsiguiente de realizadas, en la forma y plazos que se establezcan en el reglamento.

Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado, presentarán una declaración semestral de dichas transferencias, a menos que sea agente de retención de IVA.

**Fuente: Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno**

Capítulo X  
RETENCIONES EN LA FUENTE

**Art. 43.-** Retenciones en la fuente de ingresos del trabajo con relación de dependencia.- Los pagos que hagan los empleadores, personas naturales o sociedades, a los contribuyentes que trabajan con relación de dependencia, originados en dicha relación, se sujetan a retención en la fuente con base en las tarifas establecidas en el artículo 36 de esta Ley de conformidad con el procedimiento que se indique en el reglamento.



Nota: Artículo reformado por Art. 98 de Decreto Legislativo No. 000, publicado en Registro Oficial Suplemento 242 de 29 de Diciembre del 2007.

Concordancias:

CODIFICACION DEL CODIGO DEL TRABAJO, Arts. 104, 112, 114

**Art. 44.-** Retenciones en la fuente sobre rendimientos financieros.- Las Instituciones, entidades bancarias, financieras, de intermediación financiera y, en general las sociedades que paguen o acrediten en cuentas intereses o cualquier tipo de rendimientos financieros, actuarán como agentes de retención del impuesto a la renta sobre los mismos.

Cuando se trate de intereses de cualquier tipo de rendimientos financieros, generados por operaciones de mutuo y, en general, toda clase de colocaciones de dinero, realizadas por personas que no sean bancos, compañías financieras u otros intermediarios financieros, sujetos al control de la Superintendencia de Bancos y Seguros, la entidad pagadora efectuará la retención sobre el valor pagado o acreditado en cuenta. Los intereses y rendimientos financieros pagados a instituciones bancarias o compañías financieras y otras entidades sometidas a la vigilancia de la Superintendencia de Bancos y Seguros no están sujetos a la retención prevista en los Incisos anteriores.

Concordancias:

CODIGO CIVIL (LIBRO IV), Arts. 2099

CODIGO TRIBUTARIO, CODIFICACION, Arts. 26, 29

**Art. 45.-** Otras retenciones en la fuente.- Toda persona jurídica, pública o privada, las sociedades y las empresas o personas naturales obligadas a llevar contabilidad que paguen o acrediten en cuenta cualquier otro tipo de ingresos que constituyan rentas gravadas para quien los reciba, actuará como agente de retención del impuesto a la renta.

El Servicio de Rentas Internas señalará periódicamente los porcentajes de retención, que no podrán ser superiores al 10% del pago o crédito realizado.

No procederá retención en la fuente en los pagos realizados ni al patrimonio de propósito exclusivo utilizados para desarrollar procesos de titularización, realizados al amparo de la Ley de Mercado de Valores.

Los intereses y comisiones que se causen en las operaciones de crédito entre las instituciones del sistema financiero, están sujetos a la retención en la fuente del uno por ciento (1%). El banco que pague o acredite los rendimientos financieros, actuará como agente de retención y depositará mensualmente los valores recaudados.

Fuente: Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno



## Anexo 6

Fuente: Ley de Compañías

Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de noviembre de 1999.

### H. CONGRESO NACIONAL

#### LA COMISION LEGISLATIVA Y CODIFICACION

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República.

#### RESUELVE:

#### EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑIAS

#### SECCION I DISPOSICIONES GENERALES

**Art. 1.-** Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

**Nota:** Incluido Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial. No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

**Art. 2.-** Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- \* La compañía en nombre colectivo;
- \* La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- \* La compañía de responsabilidad limitada;
- \* La compañía anónima; y,
- \* La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

**Art. 3.-** Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

**Art. 4.-** El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las compañías tuvieren sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Fuente: Ley de Compañías

**Art. 5.-** Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

**Art. 20.-** Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

**Fuente: Ley de Compañías**

## Anexo 7

Fuente: Ley de Propiedad Intelectual

### REGLAMENTO A LA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL (Decreto No. 508)

Jamil Mahuad Witt  
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

#### Considerando:

Que en el Registro Oficial 320 de 19 de mayo de 1998 se publicó la Ley de Propiedad Intelectual;

Que debe expedirse el correspondiente reglamento para su aplicación; y,

En ejercicio de la atribución conferida por el número 5 del artículo 171 de la Constitución Política en vigencia,

#### Decreta:

El siguiente REGLAMENTO A LA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

#### Título I DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Art. 1.- El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) ejercerá las atribuciones y competencias establecidas por la Ley de Propiedad Intelectual.

El IEPI será considerado como la oficina nacional competente para los efectos previstos en las decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina.

Art. 2.- Para su organización y funcionamiento, el IEPI estará sujeto a las siguientes normas:

- a) El IEPI gozará de autonomía económica y administrativa;
- b) Los fondos que por cualquier concepto sean recaudados por el IEPI serán administrados directamente por el mismo; sin embargo de lo cual, se someterá a los mecanismos de control establecidos por la Ley;
- c) El IEPI podrá implementar oficinas que cumplan servicios de asesoría, información y difusión de la Propiedad Intelectual así como de recepción de documentos en provincias. Al efecto existirá un funcionario responsable que acredite experiencia y especialización en la materia;
- d) Para optimizar las funciones del IEPI, se mantendrá un servicio de información dirigido a industrias, universidades, escuelas politécnicas, centros tecnológicos, centros de investigación, investigadores privados; y,

Fuente: Ley de Propiedad Intelectual

## **Capítulo II DE LAS SOCIEDADES DE GESTIÓN COLECTIVA**

**Art. 18.-** La Dirección Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos, de conformidad con la Ley de Propiedad Intelectual, aprobará el estatuto constitutivo de las sociedades de gestión colectiva y otorgará la autorización para su funcionamiento.

Los autores, los titulares de derechos conexos y sus causahabientes nacionales o extranjeros podrán formar parte de las sociedades bajo las limitaciones previstas en la ley y este reglamento.

**Fuente: Ley de Propiedad Intelectual**

Las personas legitimadas para formar parte de una sociedad podrán pertenecer a una o varias de acuerdo con la diversidad de la titularidad de los derechos patrimoniales que ostenten.

**Art. 19.-** Para la aprobación del estatuto se presentará la siguiente documentación:

a) Acta de constitución de la sociedad de gestión colectiva como persona jurídica de derecho privado sin fin de lucro, regulada por la Ley de Propiedad Intelectual y el Título XXIX, Libro I, del Código Civil; y,

b) El estatuto que regirá a la sociedad de gestión colectiva.

**Art. 20.-** El estatuto de las sociedades de gestión colectiva deberá contener al menos lo siguiente:

a) La denominación, que no podrá ser idéntica a la de otras entidades ni tan semejante que pueda conducir a confusión;

b) El objeto o fines, con especificación de la categoría o categorías de los derechos administrados, los cuales deberán limitarse a la protección del derecho de autor o de los derechos conexos;

c) Las clases de titulares de derechos comprendidos en la gestión y las distintas categorías de miembros, tales como la de socios y la de administrados sin dicha calidad, a efectos de su participación en el gobierno de la sociedad;

d) Las condiciones para la admisión como socios de los titulares de derechos que lo soliciten y acrediten su calidad de tales, así como las causas para la pérdida o suspensión de tal calidad;

e) Los deberes de los socios y su régimen disciplinario, así como sus derechos, en particular, los de información y de votación;

f) La designación de los órganos de administración y sus respectivas competencias, así como la determinación de quién ejercerá la representación legal.

Los períodos de duración en el cargo de los representantes legales no podrán ser inferiores a dos años ni superiores a cinco.

La calidad de representante legal de la sociedad, necesariamente, implicará las siguientes atribuciones que deberán constar en el estatuto:

1. Potestad de suscribir toda clase de actos o contratos a nombre de la sociedad;

2. La capacidad de comparecer a juicio a nombre de la sociedad;

3. La atribución de convocar y presidir las sesiones de la Asamblea General;

4. La potestad de contratar a los trabajadores que presten sus servicios a la sociedad;

**Fuente: Ley de Propiedad Intelectual**

5. La potestad de reinvertir las ganancias en base a las instrucciones que para el efecto deberá solicitar a la Asamblea General.

a) La determinación de que la Asamblea General, integrada por los miembros de la sociedad, es el órgano supremo de gobierno que está privativamente autorizado para aprobar reglamentos de tarifas y resolver sobre el porcentaje que se destine a gastos de administración;

b) El patrimonio inicial y los recursos previstos;

c) El régimen de control de la gestión económica y financiera de la entidad;

d) El destino del patrimonio en el evento de su disolución y liquidación, que en ningún caso podrá ser objeto de reparto entre los socios; y,

e) Las normas que regirán su liquidación y la forma de designar al liquidador o liquidadores.

Nota: Los literales y numerales que constan en este artículo están incorporados textualmente según su publicación en el Registro Oficial.

Art. 21.- Las causas para la pérdida de la calidad de socios no podrán ser otras que las derivadas de actos dolosos, debidamente comprobados y declarados como tales por Juez competente, que hubieren causado perjuicio a la sociedad de gestión colectiva o a otros titulares de derechos de autor o derechos conexos en relación con tales derechos.

**Fuente: Ley de Propiedad Intelectual**

## Anexo 8

Fuente: Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensaje de Datos

### LEY DE COMERCIO ELECTRONICO, FIRMAS Y MENSAJES DE DATOS

Ley 67  
Registro Oficial Suplemento 557 de 17-abr-2002  
Ultima modificación: 13-oct-2011  
Estado: Vigente

#### CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que el uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la Internet, ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado;

Que es necesario impulsar el acceso de la población a los servicios electrónicos que se generan por y a través de diferentes medios electrónicos;

Que se debe generalizar la utilización de servicios de redes de información e Internet, de modo que éstos se conviertan en un medio para el desarrollo del comercio, la educación y la cultura;

Que a través del servicio de redes electrónicas, incluida la Internet, se establecen relaciones económicas y de comercio, y se realizan actos y contratos de carácter civil y mercantil que es necesario normar, regular y controlar, mediante la expedición de una ley especializada sobre la materia;

Que es indispensable que el Estado Ecuatoriano cuente con herramientas jurídicas que le permitan el uso de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico y acceder con mayor facilidad a la cada vez más compleja red de los negocios internacionales; y,

En ejercicio de sus atribuciones, expide la siguiente.

#### LEY DE COMERCIO ELECTRONICO, FIRMAS ELECTRONICAS Y MENSAJES DE DATOS

#### TITULO PRELIMINAR

**Art. 1.-** Objeto de la ley.- Esta ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.

#### CAPITULO I PRINCIPIOS GENERALES

**Art. 2.-** Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.- 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.

Fuente: Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensaje de Datos

**Art. 50.- Información al consumidor.-** En la prestación de servicios electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones, de conformidad con lo previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento.

Cuando se tratare de bienes o servicios a ser adquiridos, usados o empleados por medios electrónicos, el oferente deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes o servicios promocionados.

La publicidad, promoción e información de servicios electrónicos, por redes electrónicas de información, incluida la Internet, se realizará de conformidad con la ley, y su incumplimiento será



sanccionado de acuerdo al ordenamiento jurídico vigente en el Ecuador.

En la publicidad y promoción por redes electrónicas de información, incluida la Internet, se asegurará que el consumidor pueda acceder a toda la información disponible sobre un bien o servicio sin restricciones, en las mismas condiciones y con las facilidades disponibles para la promoción del bien o Servicio de que se trate.

En el envío periódico de mensajes de datos con información de cualquier tipo, en forma individual o a través de listas de correo, directamente o mediante cadenas de mensajes, el emisor de los mismos deberá proporcionar medios expeditos para que el destinatario, en cualquier tiempo, pueda confirmar su suscripción o solicitar su exclusión de las listas, cadenas de mensajes o bases de datos, en las cuales se halle inscrito y que ocasionen el envío de los mensajes de datos referidos.



La solicitud de exclusión es vinculante para el emisor desde el momento de la recepción de la misma. La persistencia en el envío de mensajes periódicos no deseados de cualquier tipo, se sancionará de acuerdo a lo dispuesto en la presente ley.

El usuario de redes electrónicas, podrá optar o no por la recepción de mensajes de datos que, en forma periódica, sean enviados con la finalidad de informar sobre productos o servicios de cualquier tipo.

**Fuente: Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensaje de Datos**

## ANEXO 9

Fuente: Geniale; desarrolladores de aplicaciones

		<i>PROPUESTA / COTIZACIÓN</i>	
Ciente:	Jennifer Tapia		Código
Fecha:	04/02/2015		PG20150204001

Guayaquil, 15 de diciembre de 2014

Estimada Jennifer,

Detallamos la propuesta para el diseño y desarrollo de la Aplicación Móvil EVENTAPP EC.

### 1. Objetivo

Diseñar y desarrollar una aplicación móvil, que administre eventos y permite realizar la compra de entradas o reservas. Como recurso inicial se requiere la imagen corporativa de la Empresa.

### 2. Estructura

La aplicación móvil servirá para dar a conocer y reservar eventos en diferentes puntos de una ciudad. Consta de un conjunto de parámetros que podrán ser llenados por los usuarios y a la vez de una interfaz web que permitirá ingresar nuevos eventos y generará reportes para la parte administrativa.

Se proponen las siguientes secciones:

Sección	Descripción
1) Aplicación de Eventos	<p>El principal diferenciador de esta aplicación es que no solo mostrará eventos sino permitirá el registro a ellos</p> <p>La aplicación deberá permitir realizar pago en línea</p> <p>La aplicación permitirá invitar a otras personas al evento mediante redes sociales o mediante mensajes</p> <p>El usuario deberá tener un perfil dentro de la aplicación, en donde podrá subir su foto y guardar sus eventos</p> <p>El usuario también podrá subir fotos del evento a una sección social de la aplicación móvil</p>

GENIALESA S.A. | PG20150204001 | 1

Fuente: Geniale



2) Backend (Interfaz Administrativa)	<p>Modulo aplicativo para gestionar la información relacionada a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los eventos</li> <li>- Tipo de eventos</li> <li>- Lugar, hora y fecha</li> </ul> <p>El sistema debe permitir el ingreso de nuevos eventos con un reporte on-line de ventas, con gráficos, mismos que podrán ser descargados.</p> <p>El sistema debe permitir la consulta de un historial de consultas en general.</p>
--------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 3. Características

- Aplicación móvil disponible para ser desarrollada en plataformas: Android & iOS
- Diseño fresco, innovador, formal y de fácil navegación.
- El sistema estará optimizado para dispositivos de 3" (Pulgadas).
- El sistema viene provisto de una plataforma Backend para consulta y mantenimiento de información. Este Backend es accedido vía web browser (Optimizado para PC's)

### 4. Delimitación

- La aplicación no se constituye como un sistema de inventario per se.
- El sistema propuesto no constituye características de un ERP, CRM, WMS, KMS, entre otros sistemas de información corporativos.
- El sistema no incluye ningún tipo de solución hardware (Celulares, Tablets, PC's, Routers, Cableado, entre otros).
- La presente cotización no incluye servicios de producción fotográfica.
- La presente propuesta no incluye servicio de soporte/mantenimiento posterior a la entrega del software.

### 5. Presupuesto y tiempo

El presupuesto estimado para el diseño y desarrollo en una sola plataforma es:

Descripción	Precio
Diseño y layout de la aplicación móvil	\$ 300.00
Codificación en plataforma	\$ 4000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4,300.00</b>

- El precio no incluye IVA.
- El precio representa el diseño y desarrollo en una sola plataforma (Android).
- Los precios no incluyen servicio de mantenimiento.

Tiempo destinado para desarrollo del proyecto:

Días laborales	20
----------------	----

- El cliente se compromete a proporcionar a tiempo los recursos requeridos con la finalidad de culminar el sitio en el tiempo acordado.
- El tiempo se contabiliza a partir de la firma del contrato.

#### 6. Resumen

- Precio una sola plataforma: \$4,300.00 + I.V.A.
- Tiempo estimado por plataforma: 40 días hábiles.
- Forma de pago: 40% (anticipo) – 60% (entrega).
- Esta propuesta es válida por un mes.

Atentamente,

**Gary Pulla Zambrano**

Genialesa S.A.

Desarrollo Web - Marketing Digital – Aplicaciones Móviles

**Fuente: Geniale**

## ANEXO 10

Fuente: Ley de Turismo

### LEY DE TURISMO

Ley 97  
Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002  
Ultima modificación: 06-may-2008  
Estado: Vigente

#### CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República;

Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía;

Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y,

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente.

#### LEY DE TURISMO

##### CAPITULO I GENERALIDADES

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de

Fuente: Ley de Turismo

- autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
  - c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
  - d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
  - e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
  - f) Promover internamente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
  - g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## CAPITULO II DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de Intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art. 6.-** Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

**Art. 7.-** Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el

Fuente: Ley de Turismo

**EL LARGO CAMINO PARA OBTENER LOS PERMISOS**

El Municipio recomienda que antes de hacer inversiones y sacar el RUC o realizar cualquier otro trámite, el interesado haga la consulta de uso de suelo.

A continuación, el proceso que hay que seguir para abrir legalmente un negocio en Guayaquil.



# Abrir un negocio no es una tarea fácil

La obtención de los permisos de funcionamiento demoran meses. Obtener el RUC es solo uno de los primeros pasos del largo proceso

ROSA TORRES GOROSTIZA [rtorres@yanasa.com.ec](mailto:rtorres@yanasa.com.ec) ■ GUAYAQUIL

**PATENTE (MUNICIPIO)**

Se presentan los siguientes requisitos en las ventanillas 20 a la 29

- 1. Solicitud para registro de patente
- 2. Certificado del Cuerpo de Bomberos
  1. Copia de la cédula
  2. RUC
  3. Uso de Suelo
  4. Impuesto Predial
  5. Nombramiento del Representante Legal (persona jurídica)
  6. Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor (capacidad según actividad)
  7. Calificación artesanal (si es artesano)
  8. Autorización de Hidrocarburo (si es para venta de gas)
- 3. Tasa de habilitación y control
 

Se entregan los documentos en la ventanilla municipal # 41

  1. Patente
  2. Certificado de Bomberos
  3. Uso de suelo (no negativa)
  4. RUC (última actualización)
  5. Tasa de trámite / formulario de tasa de habilitación
  6. Copia cédula y certificado de votación (si es persona natural) más nombramiento del representante legal (si es jurídica)
  7. Contrato de arrendo o concesión, con copias de cédulas (si el lugar no es propio)
- 4. Copia de Cédula y certificado de votación

**RUC (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS)**

- 1. Persona natural
  1. Cédula y certificado de votación (original)
  2. Patente municipal
  3. Planilla de algún servicio básico
  4. Pago de servicio de TV por cable, celular o estado de cuenta
  5. Contrato de arrendamiento
  6. Profesionales, original y copia del título universitario (con la impresión de Senescyt)
- 2. Persona jurídica
  1. Original de formulario 01-A suscrito por representante legal (descargarlo de la web SRI)
  2. Escritura de constitución de la empresa
  3. Aprobación de los estatutos
  4. Nombramiento del representante legal
  5. Cédula y certificado de votación del representante legal (hay otros requisitos si es extranjero)
  6. Planilla de algún servicio básico o estado de cuenta
  7. Patente municipal

**INSCRIPCIONES (REGISTRO MERCANTIL)**

- Para inscribir documentos en el Registro Mercantil
1. Nombramiento de representantes legales, cuatro ejemplares con firmas originales que cumplan con los requerimientos de forma establecidos \$ 6.50 (por ejemplo \$ 1.50 por adicional)
  2. Escritura de constitución (monto a pagar depende de la cuantía del capital autorizado).

**Además debe tener:**

- CERTIFICADO (MINISTERIO DE SALUD)**  
Servicios de salud, farmacias, tiendas de productos naturales de uso medicinal, cosméticos, veterinarias, turismo, funerarias, gasolineras, comercializadoras de gas.
1. Solicitud (sin costo)
  2. RUC
  3. Cédula del propietario o representante legal del establecimiento.
  4. Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda.
  5. Título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública.
  6. Plano del establecimiento a escala 1:50.
  7. Croquis de ubicación
  8. Permiso de Bomberos.
  9. Certificados ocupacionales de salud del personal, conferido por un Centro de Salud

- TASA (MINISTERIO DE TURISMO)**  
Hoteles, moteles, paradores turísticos, hostales, cafeterías, restaurantes
1. Impuesto predial
  2. Lista de precios de los servicios ofertados
  3. Declaración de activos fijos para cancelación del I por mil
  4. Valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
  5. Licencia anual de funcionamiento



**CERTIFICADO DE MEDIO AMBIENTE (MUNICIPIO)**  
Industrias, procesadoras de alimentos, metal mecánicas, canteras, discotecas y centros nocturnos, gasolineras (Dirección de Hidrocarburos)  
Se adjunta tasa de habilitación

**PERMISO DE TRAMPA DE GRASA (INTERAGUA)**  
Restaurantes, fuentes de soda, bares, cafés, talleres, servicerios, lubricadoras, lavadoras, gasolineras, hoteles.

**CONSULTA DE USO DE SUELO**

Hay dos formas:

1. Consulta a través de la ventanilla municipal #40, adjuntando formulario de solicitud y tasa (vale \$ 2).
2. A través de la web del municipio:

[www.guayaquil.gob.ec](http://www.guayaquil.gob.ec)

Selecciones Servicios en Línea

Elegir el ícono Uso de Suelos

Para acceder a este servicio, necesita ingresar su Código Catastral. Este Código podrá encontrarlo en la parte superior derecha de su Comprobante de Pago de Impuesto Predial

Ingresar cada segmento de números en las casillas correspondientes, según del código de seguridad

Los trámites para abrir un negocio nuevo en Guayaquil es una tarea complicada y, en ciertos casos, obtener los permisos puede volverse una misión imposible, especialmente para quienes no hicieron primero la consulta del uso de suelo en el Municipio, para estar seguros que la actividad en ese lugar está permitida.

Leonardo Peñañiel, Víctor Hugo Bravo Barro, Roberto Guerrero, Malek y Chadí Barakat -los dos últimos son extranjeros- dedicaron meses, casi un año, para conseguir los documentos que hoy les permite mantener abiertos los negocios que administran, en unos casos como propietarios y en otros como representantes legales.

Leonardo Peñañiel abrió su minibazar, de no más de 10 metros cuadrados, hace tres años en la calle Guayacanes, en Urdesa Central. Pensó entonces que después de obtener la patente en el Municipio y el Registro Único de Contribuyentes en el SRI, el resto del papeleo le resultaría fácil.

Se equivocó en su presunción porque cuando volvió al Ayuntamiento para solicitar la tasa de habilitación, le pidieron un documento que jamás pensó que debía tener: el uso de suelo.

“No había escuchado de ese documento y obtenerlo le llevó casi la mitad del primer año de funcionamiento y afectó las ventas de su negocio. Ante la falta de los permisos sufrió la primera clausura municipal y, después otros llamados a presentarse ante las comisarías.

“Gasté dinero y tiempo... El uso de suelo fue el documento que más tardé en conseguir. Me declan que debí sacarlo antes de abrir el negocio y no después, pero eso yo no lo sabía”, confiesa Leonardo Peñañiel.

Ni él ni Chadí Barakat, propietario de un local de venta de shawarma en la calle Guayacanes, conocen que ese documento es imprescindible para todos los demás trámites, incluso pueden obtenerlo ahora a través de la página web (<http://www.guayaquil.gov.ec>) del Municipio, con solo ingresar el código catastral

del inmueble en el que se piensa poner el negocio.

El secretario municipal, Vicente Taiano Basante, asegura que es tan importante obtenerlo, incluso antes de hacer adecuaciones o remodelaciones en los inmuebles, porque es el que indicará si el tipo de negocio que se piensa abrir está permitido en ese lugar.

Aclara que si la consulta de uso de suelo es negativa eso significa que el Municipio jamás le otorgará la tasa de habilitación que requiere un negocio para poder funcionar legalmente en Guayaquil.

Si la consulta es positiva, el trámite para obtener el permiso no tarda más de un mes en el Municipio, siempre y cuando sean entregados todos los documentos exigidos, que otorgan otras entidades como el Cuerpo de Bomberos, el Servicio de Rentas Internas y el Registro Mercantil del cantón.

En el caso de Leonardo, su minibazar quedó legalizado con la obtención de la patente municipal (le costó costó 12 dólares), el

permiso del Cuerpo de Bomberos (\$ 39) que tardó como un mes en obtenerlo y la tasa de habilitación (\$ 40,16).

Hay otros permisos que sacar cuando se trata de negocios como la panadería Pastelpan que administra Roberto Guerrero. A

**La cifra**  
**87.206**  
establecimientos hay en Guayaquil, según el censo económico del 2010.

más de los permisos que obtuvo su vecino Peñañiel, él debió sacar el de salud (\$ 45,79) y el de Sayce (\$ 32,05) por tener un televisor en el local.

“Los requisitos que se piden para abrir un negocio han cambiado en los últimos diez años. Hay que sacar permisos para todo y quienes no sigan esta trayectoria, no pueden competir con los

demás en el campo legal”, dice. En el caso de los restaurantes, bares, cafés, lubricadoras, talleres, lavadoras, hoteles, gasolineras y todo establecimiento que tenga cocina, se le exige el certificado de trampa de grasa de Interagua. Y a los que están inmersos en actividades turísticas, el permiso del Ministerio de Turismo y, en algunos casos, las licencias de Medio Ambiente.

Víctor Hugo Bravo Barro, propietario de una lubricadora en el sur, también tuvo que sacar un permiso de la Dirección de Hidrocarburos. El mismo documento se le exige a las comercializadoras de gas de uso doméstico.

En su caso, la legalización del negocio tardó más de un año. Pero en otros como son los dedicados a actividades de alto impacto al medio ambiente, como las gasolineras e industriales, los trámites pueden tardar más.

Tanto Bravo como Malek Barakat (extranjero), administrador de otro local de venta de shawarmas en Víctor Emilio Estrada, cuentan que los costos de los permisos varían, según el área que tenga el local y la cuantía del capital autorizado para la constitución de la compañía, en el caso de las personas jurídicas.

Barakat, quien desconoce sobre la tramitología, prefirió contratar a un profesional para que realice los trámites. “Con él funcionaron mejor las cosas”, dice.

En diciembre del 2002, el Municipio de Guayaquil reformó la ordenanza que establece los requisitos municipales para ejercer actos de comercio dentro del cantón y para el funcionamiento de locales destinados para desarrollar actividades comerciales, industriales, financieras y que regula la cuantía del pago del impuesto municipal de patentes y que crea la tasa de habilitación.

En el artículo 24 de esa norma está la tabla a través de la cual se calcula la cuantía para patentes y tasas de habilitación. Por ejemplo, un local de hasta 50 metros cuadrados debe pagar 30 dólares y, los de 2.502 en adelante, 210 dólares. “Todo papel cuesta”, expresa Peñañiel.

Guayaquil, 21 de febrero del 2015

Ingeniero

**Darío Vergara Pareira**

DIRECTOR DE CARRERA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis consideraciones:

Licenciado, Luis Gerardo Masson Muñoz, M. Sc. Docente de la Carrera de Administración de Empresas, designado TUTOR del Trabajo de Titulación de las alumnas **Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala**, por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, cúpleme informar a usted, señor Director, que una vez que se han realizado las revisiones necesarias avalo el trabajo presentado por las estudiantes, titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA AGENDA ELECTRONICA DE EVENTOS, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”** por haber culminado a mi criterio con todas las formalidades.

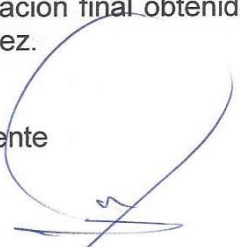
Así mismo se adjunta el informe URKUND al documento general así como un resumen con el porcentaje máximo permitido 0%.

- En consecuencia autorizo a las señoritas **Andrea Catalina Onofre Dunn y Jenniffer Priscila Tapia Ayala**, para que entreguen el trabajo en forma digital en 4 CD's y 3 empastados del mismo contenido.

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento a los miembros del H. Consejo Directivo por la confianza depositada y aprovecho la oportunidad para reiterar a cada uno de ellos mis sentimientos de alta estima.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue de: 10/10, Diez.

Atentamente



Lcdo. Luis Gerardo Masson Muñoz, M. Sc.

PROFESOR TUTOR – REVISOR TRABAJO DE TITULACIÓN

← → ↻ <https://secure.orkund.com/view/13305298-874149-240417#q1bKLVayio6tBQA=> ☆ 🔒 ☰

**ORKUND**

Document: [Proyecto Agenda Electronica Andrea Onofre Jennifer Tapia.docx](#)  
(D13298143)

Submitted: 2015-02-19 16:58 (-05:00)

Submitted by: jennifer.tapia@hotmail.com

Receiver: luis.masson.ucsg@analysis.orkund.com

Message: [tb2014] [Show full message](#)

0% of this approx. 42 pages long document consists of text present in sources

Rank	Path/Filename
+	<a href="http://quito.com.ec/inversiones/download...">http://quito.com.ec/inversiones/download...</a>
+	<a href="#">Alvarado Victor Tesis Documentacion.docx</a>
+	<a href="#">TESIS FINAL.doc</a>
+	<a href="http://www.barzallo.com/DOCUMENTOS%...">http://www.barzallo.com/DOCUMENTOS%</a>
+	<a href="http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/1...">http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/1...</a>
+	<a href="http://www.hotelesecuador.com.ec/downl...">http://www.hotelesecuador.com.ec/downl...</a>

0 Warnings Reset Export Share

100% Active External source: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bi...> 100%

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA

CREAR UNA AGENDA ELECTRÓNICA DE EVENTOS, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL". AUTORAS: ONOFRE DUNN, ANDREA CATALINA TAPIA AYALA, JENNIFFER PRISCILA

Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de Ingeniera Comercial. TUTOR: LCDO, MASSON MUÑOZ, LUIS GERARADO, M. Sc.

Guayaquil, Ecuador 2015 UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Andrea Catalina, Onofre Dunn



Lcdo. Luis Gerardo Masson Muñoz, M. Sc.  
PROFESOR TUTOR – REVISOR TRABAJO DE TITULACIÓN