

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENDEDORES

TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFFECTUADO:

Desde octubre del 2012 hasta octubre del 2013

REALIZADO POR:

Luis Eduardo Córdova Fernández

Tutor:

Ing. Ángel Castro

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Av. Francisco de Orellana Cda. Goleta Alcance Mz. 2098 Villa 4

Teléfono: 045029438

Celulares: 0987206478

Correo: luis_cordova717@hotmail.com

Guayaquil - Ecuador

**“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO
IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA
EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Sr. Luis Eduardo Córdova Fernández como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, 29 de octubre del 2013

Ing. Ángel Castro Peñarreta
Tutor

Ing. G.E.I. María del Rocío Vallejo Fiallos
Lectora

Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño
Lector

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

CORDOVA FERNANDEZ LUIS EDUARDO

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado "Propuesta para la introducción de la tarjeta "Boonus" como identificación personal con red de beneficios especiales para empresas e instituciones en la ciudad de Guayaquil", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, 29 de octubre del 2013

EL AUTOR
CÓRDOVA FERNÁNDEZ LUIS EDUARDO

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, CÓRDOVA FERNÁNDEZ LUIS EDUARDO

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: "Propuesta para la introducción de la tarjeta "Boonus" cómo identificación personal con red de beneficios especiales para empresas e instituciones en la ciudad de Guayaquil", cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, 29 de octubre del 2013

EL AUTOR
CÓRDOVA FERNÁNDEZ LUIS EDUARDO

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

DEDICATORIA

A DIOS, por haber sido mi principal fortaleza y guía en todo momento.

A MI PADRE Y A MI MADRE, que con tanto esfuerzo y esperanza han apostado brindarme los estudios universitarios y me han formado el carácter necesario para desenvolverme con éxito en mi vida universitaria. Mi madre Msc. Roxana Fernández Berducci que con ejemplo de trabajo, fe, carisma y optimismo fue un apoyo el principal soporte para la culminación de este proyecto; mi padre CPNV-EM Luis Córdova Cano que con los valores, espíritu de cuerpo y el trabajo de calidad fijo el marco de norma de vida en mi preparación como profesional.

A MIS HERMANOS Y FAMILIARES, por la motivación brindada en todo momento.

A MIS PROFESORES, por la apertura y enseñanza que me permite trascenderlos y hacerlos sentir orgullosos.

A LA POLÍTICA UNIVERSITARIA, por haber sido una maestría anticipada, enseñarme a descubrir varios acertijos de la vida y haberme permitido conocer a grandes personas y amigos de vida.

Luis Eduardo Córdova Fernández

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por darme fuerza sabiduría y perseverancia para culminar esta etapa en mi vida.

A MI PADRE Y A MI MADRE, simplemente gracias por ser mis ejemplos de vida.

A MIS PROFESORES, por transmitir sus conocimientos y experiencias personales de negocios en cada una de su clases.

A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS, por haber sido personajes principales de todos los momentos felices y tristes en el desarrollo de nuestra carrera universitaria.

Luis Eduardo Córdova Fernández

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

RESUMEN

Este trabajo de titulación tiene como finalidad analizar la propuesta de introducción de la tarjeta "BOONUS" en las empresas e instituciones de Guayaquil. En el Ecuador existen muy pocas empresas que brindan el servicio de identificación personal con una red de establecimientos afiliados, sin embargo la mayoría de empresas e instituciones identifican a sus miembros y colaboradores contratando los servicios de empresas informales que otorgan el carné de identificación sin ningún valor agregado.

En el presente trabajo de titulación se busca desarrollar la propuesta de la tarjeta "BOONUS" como solución de identificación personal para empresas e instituciones con una red de establecimientos afiliados que otorguen beneficios exclusivos y superiores a los del mercado. Utilizando el servicio y los beneficios como principal valor agregado y de diferenciación.

Todo esto se lo realizará por medio del análisis del entorno, la investigación de mercado, el desarrollo de un plan de marketing adecuado, la elaboración de procesos productivos, de gestión de calidad y ambiental y finalmente, un estudio de factibilidad financiera.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ABSTRACT

The proposal of this project is to introduce "BOONUS" as a personal identification of companies and institutions in Guayaquil. In Ecuador there are few companies that offer the service of personal identification with a network of specials discounts in shops and restaurants. Most of the companies and institutions identify their workers and members by informal local business that offer this service without an added value.

The present project has the aim of develop this idea of ""BOONUS" as a solution for personal identification for companies and institutions with a shop's benefits and discounts, using the service and quality as the main added value.

All this analysis will be done by an environmental analysis, market research, an adequate marketing plan, the elaboration of proper processes and quality control, and finally, a financial feasibility evaluation.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

INTRODUCCIÓN

La Tarjeta "BOONUS" es un proyecto de la Agencia de Publicidad ESTRATEGOS como oferta del servicio de identificación personal para los miembros o colaboradores de las empresas o instituciones de la ciudad de Guayaquil. Esta idea de negocio nace de la necesidad de agregarle un valor atractivo a las identificaciones personales que sirva para que los portadores no solo las utilicen como identificación personal, sino que la porten constantemente con el objetivo de que puedan hacerse acreedores a la red de beneficios especiales en establecimientos afiliados. Con la seguridad de que los beneficios y promociones que recibirán al presentar esta identificación serán superiores y exclusivos a los que normalmente se encuentra en el mercado.

Con el presente trabajo de titulación se busca analizar la propuesta de la tarjeta "BOONUS" a través de una investigación en fuentes secundarias como casos reales exitosos en el país y en el exterior, teorías sobre la afiliación, el marketing, entre otras; y fuentes primarias como entrevistas a profundidad a gerentes generales de empresas, rectores o directores de instituciones, gerentes de marketing o de ventas de potenciales establecimientos afiliados a la red de beneficios "BOONUS" y una investigación de mercado general a los potenciales usuarios de esta identificación.

Con esta información se podrá realizar una evaluación de las proyecciones financieras para comprobar la viabilidad y rentabilidad del presente trabajo de titulación.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ABREVIATURAS

ATL: Above The Line.

BTL: Below The Line.

IEPI: Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censo.

ISO: International Organization for Standardization.

PEST: Político Económico Social Tecnológico.

PIB: Producto Interno Bruto.

RSE: Responsabilidad Social Empresarial.

RUC: Registro Único Contribuyente.

SRI: Servicio de Rentas Internas.

UCSG: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

VAN: Valor Actual Neto.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	1
CERTIFICACIÓN	3
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	4
AUTORIZACIÓN.....	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN.....	10
ABREVIATURAS	11
ÍNDICE GENERAL.....	12
ÍNDICE DE TABLAS	28
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	31
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	32
RESUMEN EJECUTIVO.....	33
CAPITULO 1.....	35
1. DESCRIPCION DE LA INVESTIGACION.....	36
1.1. TEMA- TÍTULO	36
1.2. JUSTIFICACIÓN	36
1.3. PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL TEMA U OBJETO DE ESTUDIO.....	37
1.4. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA U OBJETO DE ESTUDIO	38
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	38

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

1.5.1. OBJETIVO GENERAL	38
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	38
1.6. DETERMINACIÓN DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN Y TÉCNICA DE RECOGIDA Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	38
1.7. PLANTEAMIENTO DEL FENÓMENO PARADIGMÁTICO.....	39
1.7.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	39
1.8. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PROYECTO	39
1.8.1. MARCO REFERENCIAL	39
1.8.2. MARCO TEÓRICO	40
1.8.3. MARCO CONCEPTUAL	44
1.8.4. MARCO LEGAL	46
1.8.5. MARCO LÓGICO:.....	48
1.9. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS Y-O DE LAS PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN DE LAS CUÁLES SE ESTABLECERÁN LOS OBJETIVOS.....	49
1.10. CRONOGRAMA	49
CAPÍTULO 2.....	50
.....	50
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	51
2.1. ANÁLISIS DE LA OPORTUNIDAD.....	51
2.1.1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	52
2.1.2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE PRODUCTO O SERVICIO	53
2.2. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA.....	54
2.2.1. MISIÓN:	54
2.2.2. VISIÓN:	55
2.2.3. VALORES:	55

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

2.3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA	55
2.3.1. OBJETIVO GENERAL	55
2.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	56
2.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	56
2.4.1. ORGANIGRAMA	56
2.4.2. DESARROLLO DE CARGOS Y PERFILES POR COMPETENCIAS.....	57
2.4.3. MANUAL DE FUNCIONES: NIVELES, INTERACCIONES, RESPONSABILIDADES, Y DERECHOS	61
CAPÍTULO 3.....	65
3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	66
3.1. ASPECTO SOCIETARIO DE LA EMPRESA.....	66
3.1.1. GENERALIDADES (TIPO DE EMPRESA)	66
3.1.2. FUNDACIÓN DE LA EMPRESA.....	66
3.1.3. CAPITAL SOCIAL, ACCIONES Y PARTICIPACIONES.....	66
3.1.4. JUNTAS GENERALES DE ACCIONISTAS Y-O SOCIOS.....	66
3.1.5. COMPAÑÍAS EXTRANJERAS.....	67
3.1.6. COMPAÑÍAS QUE COTIZAN EN BOLSA DE VALORES.....	67
3.2. ASPECTO LABORAL DE LA EMPRESA.....	67
3.2.1. GENERALIDADES	67
3.2.2. MANDATO CONSTITUYENTE #8	67
3.2.3. TIPOS DE CONTRATO DE TRABAJO.....	68
3.2.4. OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR	68
3.2.5. DÉCIMO TERCERA Y DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN.....	68
3.2.6. FONDO DE RESERVA Y VACACIONES	69

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

3.2.7. ASOCIACIONES DE TRABAJADORES.....	70
3.2.8. INSERCIÓN DE DISCAPACITADOS A PUESTOS DE TRABAJO.....	70
3.3. CONTRATACIÓN CIVIL.....	70
3.3.1. PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA CONTRATACIÓN.....	70
3.3.2. CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.....	71
3.3.3. PRINCIPALES CLÁUSULAS DE LOS CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.....	72
3.3.4. SOLUCIONES ALTERNATIVAS PARA SOLUCIÓN DE CONFLICTOS: ARBITRAJE Y MEDIACIÓN.....	72
3.3.5. GENERALIDADES DE LA CONTRATACIÓN PÚBLICA.....	72
3.3.6. CONTRATO DE CONFIDENCIALIDAD.....	73
3.4. POLÍTICAS DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO.....	74
3.4.1. CÓDIGO DE ÉTICA.....	74
3.4.2. INDICADORES DE GESTIÓN.....	74
3.4.3. PROGRAMA DE COMPENSACIONES: POLÍTICA SALARIAL, BENEFICIOS SOCIALES, OTROS BENEFICIOS.....	74
3.4.4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN: CANALES Y FRECUENCIA DE COMUNICACIÓN.....	75
3.5. PROPIEDAD INTELECTUAL.....	75
3.5.1. REGISTRO DE MARCA.....	75
3.5.2. MANUAL DE PROCESOS PRODUCTIVOS.....	75
3.5.3. DERECHO DE AUTOR DEL PROYECTO.....	76
3.5.4. PATENTE Y-O MODELO DE UTILIDAD.....	76
3.6. SEGUROS.....	76
3.6.1. INCENDIO.....	76

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

3.6.2. ROBO	76
3.6.3. FIDELIDAD	76
3.6.4. BUEN USO DE ANTICIPO Y CUMPLIMIENTO DE CONTRATO.....	77
3.6.5. MAQUINARIAS Y EQUIPOS	77
3.6.6. MATERIA PRIMA Y MERCADERÍA	77
3.7. PRESUPUESTO.....	77
CAPÍTULO 4.....	78
4. AUDITORÍA DE MERCADO	79
4.1. PEST	79
4.2. MACRO, MESO Y MICRO	82
4.3. ATRACTIVIDAD DE LA INDUSTRIA: ESTADÍSTICAS DE VENTAS, IMPORTACIONES Y CRECIMIENTOS EN LA INDUSTRIA	83
4.4. ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA DEL MERCADO.....	84
4.5. MATRIZ BCG.....	85
4.6. ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO EN EL MERCADO.....	85
4.7. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER: CONCLUSIONES DE LA EMPRESA Y SU PODER DE NEGOCIACIÓN.....	86
4.8. ANÁLISIS DE LA OFERTA	88
4.8.1. TIPO DE COMPETENCIA	88
4.8.2. MARKETSHARE: MERCADO REAL Y MERCADO POTENCIAL.....	88
4.8.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES: LIDERAZGO, ANTIGÜEDAD, UBICACIÓN, PRODUCTOS PRINCIPALES Y LÍNEA DE PRECIO.	88
4.8.4. BENCHMARKING: ESTRATEGIA DE LOS COMPETIDORES Y CONTRAESTRATEGIA DE LA EMPRESA.....	89

88

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

4.9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	90
4.9.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO	90
4.9.1.1. CRITERIO DE SEGMENTACIÓN.....	91
4.9.1.2. SELECCIÓN DE SEGMENTOS	92
4.9.1.3. PERFILES DE LOS SEGMENTOS	92
4.10. MATRIZ FODA	94
4.11. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	95
4.11.1. MÉTODO.....	95
4.11.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	95
4.11.2.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN: GENERAL Y ESPECÍFICOS (TEMAS QUE DESEAN SER INVESTIGADOS).....	95
4.11.2.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	96
4.11.2.3. TÉCNICA DE RECOGIDA Y ANÁLISIS DE DATOS.....	97
4.11.2.3.1. EXPLORATORIA (ENTREVISTA PRELIMINAR, OBSERVACIÓN, GRUPO FOCAL, ETC.).....	97
4.11.2.3.2. CONCLUYENTE (ENCUESTA)	97
4.11.2.4. ANÁLISIS DE DATOS.....	98
4.11.2.5. RESUMEN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	111
4.11.3. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	112
4.11.4. RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	113
4.12. CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	114
4.12.1. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL Y LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	114
4.12.2. PROYECCIÓN DE VENTAS A CINCO AÑOS O TIEMPO QUE ESTABLEZCA EL PAYBACK.....	114

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 5.....	115
5. PLAN DE MARKETING	116
5.1. OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS	116
5.1.1. MERCADO META: VENTAS Y UTILIDAD ESPERADA.....	116
5.1.1.1. TIPO Y ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN.....	116
5.1.1.2. COBERTURA	117
5.2. POSICIONAMIENTO.....	117
5.2.1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO: POSICIÓN, OBJETIVO, SEGMENTO, ATRIBUTOS, CALIDAD PERCIBIDA, VENTAJA COMPETITIVA, SÍMBOLOS IDENTITARIOS.....	117
5.2.2. VALORACIÓN DEL ACTIVO DE LA MARCA (BAV)	118
5.3. MARKETING MIX	118
5.3.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIOS	118
5.3.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: DEFINICIÓN, COMPOSICIÓN, COLOR, TAMAÑO, IMAGEN, SLOGAN, PRODUCTO ESENCIAL, PRODUCTO REAL, PRODUCTO AUMENTADO.	119
5.3.1.2. ADAPTACIÓN O MODIFICACIÓN DEL PRODUCTO: COMPONENTE CENTRAL, EMPAQUE Y SERVICIO DE APOYO, REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE, CONDICIONES DE ENTREGA, TRANSPORTE, EMBALAJE, ETC....	119
5.3.1.3. EMPAQUE: REGLAMENTO DEL MERCADO Y ETIQUETADO	120
5.3.1.4. AMPLITUD Y PROFUNDIDAD DE LÍNEA	121
5.3.1.5. MARCAS Y SUBMARCAS	121
5.3.2. ESTRATEGIA DE PRECIOS	122
5.3.2.1. PRECIOS DE LA COMPETENCIA.....	122
5.3.2.2. PODER ADQUISITIVO DEL MERCADO META	122

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

5.3.2.3. EXPECTATIVA DE LOS ACCIONISTAS	122
5.3.2.4. POLÍTICAS DE PRECIO: SOBREPRECIO Y DESCUENTO, MÁRGENES BRUTOS DE LA COMPAÑÍA, PRECIO AL MENUDEO (KILO, TONELADA), TÉRMINOS DE VENTA, MÉTODOS DE PAGO.....	123
5.3.3. ESTRATEGIA DE PLAZA.....	123
5.3.3.1. LOCALIZACIÓN	123
5.3.3.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN.....	123
5.3.3.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN.....	123
5.3.3.1.3. UBICACIÓN.....	124
5.3.3.1.4. DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO	124
5.3.3.2. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	124
5.3.3.2.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN: MINORISTAS, MAYORISTAS, AGENTES, DEPÓSITOS Y ALMACENES.	124
5.3.3.2.2. PENETRACIÓN EN LOS MERCADOS URBANOS Y RURALES.....	125
5.3.3.2.3. LOGÍSTICA	125
5.3.3.2.4. RED DE VENTAS.....	125
5.3.3.2.5. POLÍTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE: PRE-VENTA Y POST-VENTA, QUEJAS, RECLAMACIONES, DEVOLUCIONES.....	126
5.3.4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	127
5.3.4.1. ESTRATEGIAS ATL Y BTL	127
5.3.4.2. ELABORACIÓN DE DISEÑO Y PROPUESTA PUBLICITARIA: CONCEPTO, MENSAJE	127
5.3.4.3. PROMOCIÓN DE VENTAS	127
5.3.4.3.1. VENTA PERSONAL	127

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.3.2. TRADING: EXPOSICIONES, FERIAS COMERCIALES, COMPETICIONES, CONCURSOS Y PREMIOS, DESCUENTOS, PRIMAS POR OBJETIVOS, MUESTRAS, PRODUCTOS GRATUITOS, PUBLICIDAD EN EL PUNTO DE VENTA, PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN COOPERATIVA, PRIMAS POR OBJETIVOS, DISTINCIONES, OTRAS.....	128
5.3.4.3.3. CLIENTING: MUESTRAS GRATUITAS, DOCUMENTACIÓN TÉCNICA, OBSEQUIOS, ASISTENCIA A CONGRESOS, SEMINARIOS Y CONFERENCIAS, REBAJAS, DESCUENTOS, MAYOR CONTENIDO DE PRODUCTO POR IGUAL PRECIO, PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS GRATIS O A BAJO PRECIO, CUPONES O VALES DESCUENTO, CONCURSOS, PREMIOS, MUESTRAS, DEGUSTACIONES, REGALOS, OTRAS.....	128
5.3.4.4. PUBLICIDAD.....	129
5.3.4.4.1. ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO	129
5.3.4.4.2. PLAN DE MEDIOS: TIPOS, COSTOS, RATING, AGENCIAS DE PUBLICIDAD.....	129
5.3.4.4.3. MINDSHARE	130
5.3.4.4.4. PUBLICIDAD BLANCA.....	130
5.3.4.4.5. MERCHANDISING.....	130
5.3.4.4.6. RELACIONES PÚBLICAS	130
5.3.4.4.7. MARKETING RELACIONAL	131
5.3.4.4.8. INSIGHT MARKETING	131
5.3.4.4.9. GESTIÓN DE PROMOCIÓN ELECTRÓNICA DEL PROYECTO.....	131
5.3.4.4.9.1. ESTRATEGIAS DE E-COMMERCE , E-BUSINESS E E-MARKETING	131
5.3.4.4.9.2. ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN ELECTRÓNICA DE LOS COMPETIDORES	132

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4.9.3. DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LA PÁGINA WEB (INGLÉS-ESPAÑOL-IDIOMA DEL MERCADO META)	132
5.3.4.4.10. ESTRATEGIAS DE MARKETING A TRAVÉS DE REDES SOCIALES	133
5.3.4.4.10.1. ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN ELECTRÓNICA DE LOS COMPETIDORES	133
5.3.4.4.10.2. DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE FANS PAGES, EN REDES SOCIALES	133
5.3.4.4.10.3. MARKETING SOCIAL	133
5.3.4.5. ÁMBITO INTERNACIONAL.....	134
5.3.4.5.1. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL.....	134
5.3.4.5.2. ESTRATEGIAS DE PRECIO INTERNACIONAL.....	134
5.3.5. CRONOGRAMA	134
5.3.6. PRESUPUESTO DE MARKETING: COSTO DE VENTA, COSTO DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN, COSTO DE DISTRIBUCIÓN, COSTO DEL PRODUCTO, OTROS.....	134
5.3.7. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL OFFERING (PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO MENOS MARGEN DE LOS INTERMEDIARIOS; PRECIO EXEMPRESA MENOS DESCUENTOS, IMPAGADOS, OTROS; PRECIO NETO MENOS COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN, PROPORCIÓN DE GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS, PROPORCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, PROPORCIÓN GASTOS FINANCIEROS, GASTOS DE MARKETING MIX; CONTRIBUCIÓN UNITARIA DEL BENEFICIO.....	135
CAPÍTULO 6.....	136
6. PLAN OPERATIVO	137
6.1. PRODUCCIÓN	137
6.1.1. PROCESO PRODUCTIVO	137
6.1.2. INFRAESTRUCTURA: OBRA CIVIL, MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	137

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

6.1.3. MANO DE OBRA	138
6.1.4. CAPACIDAD INSTALADA	138
6.1.5. FLUJOGRAMAS DE PROCESOS.....	138
6.1.6. PRESUPUESTO.....	138
6.2. GESTIÓN DE CALIDAD	139
6.2.1. PROCESOS DE PLANEACIÓN DE CALIDAD.....	139
6.2.2. BENEFICIOS DE LAS ACCIONES PROACTIVAS	139
6.2.3. POLÍTICAS DE CALIDAD.....	140
6.2.4. BENCHMARKING	140
6.2.5. PROCESO DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	140
6.2.6. ESTÁNDARES DE LA CALIDAD	140
6.2.7. PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD	141
6.2.8. CERTIFICACIONES Y LICENCIAS	141
6.2.9. PRESUPUESTO.....	141
6.3. GESTIÓN AMBIENTAL	142
6.3.1. PROCESOS DE PLANEACIÓN AMBIENTAL	142
6.3.2. BENEFICIOS DE LAS ACCIONES PROACTIVAS	142
6.3.3. POLÍTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL.....	143
6.3.4. PROCESO DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	143
6.3.5. ESTÁNDARES DE LA CALIDAD AMBIENTAL.....	143
6.3.6. PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD	143
6.3.7. TRAZABILIDAD.....	144
6.3.8. LOGÍSTICA VERDE:.....	144
6.3.9. CERTIFICACIONES Y LICENCIAS	144

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.3.10. PRESUPUESTO.....	145
6.4. GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	145
6.4.1. PROCESOS DE PLANEACIÓN DEL MODELO EMPRESARIAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	145
6.4.2. BENEFICIOS DE LAS ACCIONES PROACTIVAS	146
6.4.3. POLÍTICAS DE PROTECCIÓN SOCIAL.....	147
6.4.4. PROCESO DE ASEGURAMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CORPORATIVA.....	147
6.4.5. ESTÁNDARES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL APLICABLES A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.....	147
6.4.6. PROCESOS DE CONTROLES SOCIALES	148
6.4.7. CERTIFICACIONES Y LICENCIAS.....	148
6.4.8. PRESUPUESTO.....	148
6.5. BALANCED SCORECARD & MAPA ESTRATÉGICO	149
6.6. OTROS TEMAS RELACIONADOS AL PLAN OPERATIVO (TALES COMO ESTUDIO DE EXPORTACIÓN, CONSTRUCCIÓN PARA UN HOTEL, ETC.).....	151
CAPÍTULO 7.....	152
7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO.....	153
7.1. INVERSIÓN INICIAL	153
7.1.1. TIPO DE INVERSIÓN	153
7.1.1.1. FIJA	153
7.1.1.2. DIFERIDA	154
7.1.1.3. CORRIENTE.....	154
7.1.2. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN	154
7.1.2.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO	154

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.1.2.2. TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	155
7.1.2.3. CRONOGRAMA DE INVERSIONES	155
7.2. ANÁLISIS DE COSTOS	156
7.2.1. COSTOS FIJOS	156
7.2.2. COSTOS VARIABLES	156
7.2.2.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	156
7.3. CAPITAL DE TRABAJO	157
7.3.1. COSTOS DE OPERACIÓN.....	157
7.3.2. COSTOS ADMINISTRATIVOS	157
7.3.3. COSTOS DE VENTAS.....	157
7.3.4. COSTOS FINANCIEROS.....	158
7.4. ANÁLISIS DE VARIABLES CRITICAS.....	158
7.4.1. DETERMINACIÓN DEL PRECIO: MARK UP Y MÁRGENES.	158
7.4.2. PROYECCIÓN DE COSTOS E INGRESOS EN FUNCIÓN DE LA PROYECCIÓN DE VENTAS.....	159
7.4.3. DETERMINACIÓN DEL PUNTO ÓPTIMO DE PRODUCCIÓN POR MEDIO DE ANÁLISIS MARGINALES.....	159
7.4.4. ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO	159
7.4.5. ANÁLISIS DE PUNTO DE CIERRE	160
7.5. ENTORNO FISCAL DE LA EMPRESA	160
7.5.1. PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA.....	160
7.5.1.1. GENERALIDADES (DISPOSICIONES NORMATIVAS)	160
7.5.1.2. MINIMIZACIÓN DE LA CARGA FISCAL	160
7.5.1.3. IMPUESTO A LA RENTA	161
7.5.1.4. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	161

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.5.1.5. IMPUESTOS A LOS CONSUMOS ESPECIALES	161
7.5.1.6. IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES MUNICIPALES	161
7.5.1.7. IMPUESTOS AL COMERCIO EXTERIOR.....	162
7.5.1.8. IMPUESTOS A LAS HERENCIAS LEGADOS Y DONACIONES	162
7.5.1.9. IMPUESTOS A LA SALIDA DE DIVISAS.....	162
7.5.1.10. IMPUESTOS A LOS VEHÍCULOS MOTORIZADOS	162
7.5.1.11. IMPUESTOS A LAS TIERRAS RURALES.....	162
7.6. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	163
7.6.1. BALANCE GENERAL INICIAL.....	163
7.6.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	164
7.6.3. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	164
7.6.3.1.1. INDICADORES DE RENTABILIDAD Y COSTO DEL CAPITAL.....	165
7.6.3.1.1.1. TMAR.....	165
7.6.3.1.1.2. VAN	165
7.6.3.1.1.3. TIR.....	165
7.6.3.1.1.4. PAYBACK	165
7.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD MULTIVARIABLE O DE ESCENARIOS MÚLTIPLES	165
7.7.1. PRODUCTIVIDAD	165
7.7.2. PRECIO MERCADO LOCAL	165
7.7.3. PRECIO MERCADO EXTERNO	166
7.7.4. COSTO DE MATERIA PRIMA	166
7.7.5. COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS.....	166
7.7.6. COSTO DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	166

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.7.7. COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	166
EN LA SIGUIENTE TABLA SE DETALLA LA VARIACIÓN ENTRE EL -10% Y EL 10% SI SE INCREMENTA O DISMINUYE EL COSTO DE LA MANO DE OBRA Y CUAL SERÍA EL EFECTO EN LA VAN, TIR Y PAYBACK.	166
7.7.8. COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA.....	167
7.7.9. GASTOS ADMINISTRATIVOS	167
EN LA SIGUIENTE TABLA SE DETALLA LA VARIACIÓN ENTRE EL -10% Y EL 10% SI SE INCREMENTA O DISMINUYE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS Y CUAL SERÍA EL EFECTO EN LA VAN, TIR Y PAYBACK.	167
7.7.10. GASTOS DE VENTAS.....	167
ESTE INCISO NO SE DESARROLLARÁ YA QUE ESTE ANÁLISIS NO AFECTARÁ A LA EMPRESA COMO LOS OTROS SELECCIONADOS.	167
7.7.11. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	167
7.7.12. TASA DE INTERÉS PROMEDIO (PUNTOS PORCENTUALES).....	167
ESTE INCISO NO SE DESARROLLARÁ YA QUE ESTE ANÁLISIS NO AFECTARÁ A LA EMPRESA COMO LOS OTROS SELECCIONADOS.	167
7.8. BALANCE GENERAL.....	168
7.8.1. RAZONES FINANCIERAS.....	169
7.8.1.1. LIQUIDEZ.....	169
7.8.1.2. GESTIÓN.....	169
7.8.1.3. ENDEUDAMIENTO	169
EN LA SIGUIENTE TABLA SE ESTABLECEN LOS ÍNDICES DE ENDEUDAMIENTO.	169
7.8.1.4. RENTABILIDAD.....	169
7.9. CONCLUSIÓN FINANCIERA	170
CAPÍTULO 8.....	171

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

8. PLAN DE CONTINGENCIA	172
8.1. PLAN DE ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO	172
8.1.1. PRINCIPALES RIESGOS	172
8.1.2. REUNIONES PARA MITIGAR LOS RIESGOS.....	172
8.1.3. TORMENTA DE IDEAS (BRAINSTORMING), LISTAS DE VERIFICACIÓN (CHECK LISTS)	173
8.2. PLANEACIÓN DE LA RESPUESTA AL RIESGO	174
8.2.1. MONITOREO Y CONTROL DEL RIESGO	174
8.2.2. REVISIONES PERIÓDICAS Y EVALUACIÓN DEL RIESGO	174
8.2.3. REPORTE DEL RIESGO.....	174
8.2.4. ESTRATEGIAS DE SALIDA.....	175
8.3. PLAN DE CONTINGENCIA Y ACCIONES CORRECTIVAS.....	175
CAPÍTULO 9.....	176
9. CONCLUSIONES.....	177
CAPÍTULO 10.....	180
10. RECOMENDACIONES.....	181
CAPÍTULO 11.....	182
11. FUENTES	183
CAPÍTULO 12.....	187
12. ANEXOS	188
ANEXO # 1	188
ANEXO # 2	190
ANEXO# 3	191
ANEXO# 4	194

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ANEXO# 5	197
ANEXO# 6	200
ANEXO# 7	201
ANEXO# 8	203
CAPÍTULO 13	205
13. MATERIAL COMPLEMENTARIO	206

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: MATRIZ DEL MARCO LÓGICO	48
TABLA 2: ROLL DE PAGOS.....	77
TABLA 3: MERCADO POTENCIAL	88
TABLA 4: MERCADO REAL	88
TABLA 5: CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES	88
TABLA 6: TAMAÑO DE LA MUESTRA	96
TABLA 7 : RANGO DE EDAD VS SEXO DE ENCUESTADOS.....	98
TABLA 8: ¿TIENE IDENTIFICACIÓN PERSONAL?	98
TABLA 9: USO EN DESCUENTOS Y BENEFICIOS EN LOCALES COMERCIALES	99
TABLA 10: USO PARA ENTRAR O SALIR DE LA INSTITUCIÓN (LUGARES INTERNOS)	99
TABLA 11: USO COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL	100
TABLA 12: USO - GENERAL	100
TABLA 13: ¿QUÉ TARJETAS DE DESCUENTO TIENEN LOS ENCUESTADOS?.....	101
TABLA 14: ¿USA LA TARJETA?	101
TABLA 15: ¿EN QUÉ ES LO QUE MÁS USA LA TARJETA?	102
TABLA 16: ¿CUÁL ES EL SEGMENTO DE PREFERENCIA DE LOS ENCUESTADOS?.....	102
TABLA 17: ¿EN QUÉ ES LO QUE MÁS USA LA TARJETA?	103
TABLA 18: ¿QUÉ LOCALES PREFIERE EN COMIDA Y RESTAURANTE?.....	104
TABLA 19: ¿QUÉ LOCALES PREFIERE EN EDUCACIÓN?.....	104
TABLA 20: ¿QUÉ LOCALES PREFIERE EN EDUCACIÓN?.....	105
TABLA 21 BENEFICIOS EN LOCALES DE ENTRETENIMIENTO.....	106

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

TABLA 22: BENEFICIOS EN LOCALES DE ENTRETENIMIENTO.....	106
TABLA 23: BENEFICIOS - COMIDA Y RESTAURANTES	107
TABLA 24: BENEFICIOS - EDUCACIÓN	108
TABLA 25: BENEFICIOS EN LAS COMPRAS.....	108
TABLA 26: BENEFICIOS EN LOCALES DE ENTRETENIMIENTO.....	109
TABLA 27: BENEFICIOS EN LOCALES DE ENTRETENIMIENTO.....	109
TABLA 28: BENEFICIOS EN LOCALES DE ENTRETENIMIENTO.....	110
TABLA 29: MERCADO POTENCIAL.....	114
TABLA 30: MERCADO INSATISFECHO	114
TABLA 31: PROYECCIÓN DE VENTAS.....	114
TABLA 32: BAV.....	118
TABLA 33: PRODUCTO.....	119
TABLA 34: PLAN DE MEDIOS.....	130
TABLA 35: PRESUPUESTO PUBLICITARIO	135
TABLA 36: PROPORCIÓN DE GASTOS	135
TABLA 37: INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA Y EQUIPOS.....	137
TABLA 38: CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN.....	138
TABLA 39: PRESUPUESTO	138
TABLA 40: PRESUPUESTO CAMPAÑA SOCIAL	145
TABLA 41: : BALANCED SCORECARD	149
TABLA 42: INVERSIÓN INICIAL	153
TABLA 43: INVERSIÓN FIJA	153
TABLA 44: INVERSIÓN DIFERIDA.....	154
TABLA 45: INVERSIÓN DIFERIDA.....	154
TABLA 46: FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNAS	155
TABLA 47: FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNAS	155
TABLA 48: CRONOGRAMA DE INVERSIONES	155
TABLA 49: COSTOS FIJOS	156
TABLA 50: COSTOS VARIABLES	156
TABLA 51: COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	156
TABLA 52: COSTOS ADMINISTRATIVOS	157

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

TABLA 53: COSTOS DE VENTAS.....	157
TABLA 54: COSTOS FINANCIEROS	158
TABLA 55: CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA	158
TABLA 56: PRECIO DE VENTA PROYECTADO.....	158
TABLA 57: VENTAS PROYECTADAS	159
TABLA 58: COSTO DE VENTAS PROYECTADAS	159
TABLA 59: MONTOS PROYECTADOS DE PRODUCCIÓN.....	159
TABLA 60: PUNTO DE EQUILIBRIO.....	160
TABLA 61: PUNTO DE CIERRE EN UNIDADES	160
TABLA 62: BALANCE GENERAL INICIAL.....	163
TABLA 63: ESTADO DE RESULTADOS	164
TABLA 64: FLUJO DE CAJA PROYECTADO	164
TABLA 65: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD VENTAS	165
TABLA 66: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS.....	166
TABLA 67: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE COSTOS DE SUMINISTROS.....	166
TABLA 68: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD - MANO DE OBRA DIRECTA.....	167
TABLA 69: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD - GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	167
TABLA 70: BALANCE GENERAL PROYECTADO 5 AÑOS	168
TABLA 71: ÍNDICE DE LIQUIDEZ	169
TABLA 72: ÍNDICES DE GESTIÓN	169
TABLA 73: ÍNDICES DE ENDEUDAMIENTO	169
TABLA 74: ÍNDICES DE RENTABILIDAD	169
TABLA 75: PRINCIPALES RIESGOS.....	172
TABLA 76: REUNIONES PARA MITIGAR LOS RIESGOS	173
TABLA 77: MONITOREO Y CONTROL DEL RIESGO	174
TABLA 78: PLAN DE CONTINGENCIA	175
TABLA 79: DATOS PARA EL FINANCIAMIENTO	201
TABLA 80: AMORTIZACIÓN	202

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: CRONOGRAMA	49
ILUSTRACIÓN 2: ORGANIGRAMA	56
ILUSTRACIÓN 3: INDICADORES DE GESTIÓN	74
ILUSTRACIÓN 4: PIB ANUAL	80
ILUSTRACIÓN 5: INFLACIÓN 2004-2012	80
ILUSTRACIÓN 6: VARIACIÓN EN TASA DE INTERÉS 2009-2013	81
ILUSTRACIÓN 7: CICLO DE VIDA DEL MERCADO	84
ILUSTRACIÓN 8: BOSTON CONSULTING GROUP.....	85
ILUSTRACIÓN 9: FUERZAS DE PORTER.....	87
ILUSTRACIÓN 10: CUENTA DE TWITTER - REDLINKS.....	89
ILUSTRACIÓN 11: CUENTA DE FACEBOOK - REDLINKS	90
ILUSTRACIÓN 12: FODA	94
ILUSTRACIÓN 13: FÓRMULA TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	96
ILUSTRACIÓN 14: LOGO BOONUS	118
ILUSTRACIÓN 15: POSTERIOR – TARJETA BOONUS	120
ILUSTRACIÓN 16: AMPLITUD Y PROFUNDIDAD DE LÍNEA	121
ILUSTRACIÓN 17: DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO	124
ILUSTRACIÓN 18: CANAL DE DISTRIBUCIÓN	124
ILUSTRACIÓN 19: LOGÍSTICA.....	125
ILUSTRACIÓN 20: PROCESO DE LA VENTA DIRECTA	128
ILUSTRACIÓN 21: CRONOGRAMA	134
ILUSTRACIÓN 22: RESPONSABILIDAD SOCIAL	145
ILUSTRACIÓN 23: MAPA ESTRATÉGICO	150

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: PORCENTAJE DE MIEMBROS POR SEGMENTO.....	91
GRÁFICO 2: SELECCIÓN DE SEGMENTO.....	92
GRÁFICO 3: RANGO DE EDAD VS SEXO DE ENCUESTADOS	98
GRÁFICO 4: ¿TIENE IDENTIFICACIÓN PERSONAL?	98
GRÁFICO 5: USO EN DESCUENTOS Y BENEFICIOS EN LOCALES COMERCIALES	99
GRÁFICO 6: USO PARA ENTRAR O SALIR DE LA INSTITUCIÓN (LUGARES INTERNOS).....	99
GRÁFICO 7: USO COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL	100
GRÁFICO 8: USO – GENERAL.....	100
GRÁFICO 9: ¿QUE TARJETAS DE DESCUENTO TIENEN LOS ENCUESTADOS?	101
GRÁFICO 10: ¿USA LA TARJETA?.....	101
GRÁFICO 11: ¿EN QUÉ ES LO QUE MÁS USA LA TARJETA?	102
GRÁFICO 12: ¿CUÁL ES EL SEGMENTO DE PREFERENCIA DE LOS ENCUESTADOS?	102
GRÁFICO 13: ¿EN QUÉ ES LO QUE MÁS USA LA TARJETA?	103
GRÁFICO 14: ¿QUÉ LOCALES PREFIERE EN SALUD Y BELLEZA?	103
GRÁFICO 15: ¿QUÉ LOCALES PREFIERE EN COMIDA Y RESTAURANTE?	104
GRÁFICO 16: ¿QUÉ LOCALES PREFIERE EN EDUCACIÓN?	104
GRÁFICO 17: ¿QUÉ LOCALES PREFIERE EN EDUCACIÓN?	105
GRÁFICO 18: BENEFICIOS EN LOCALES DE ENTRETENIMIENTO	105
GRÁFICO 19: BENEFICIOS EN LOCALES DE ENTRETENIMIENTO	106
GRÁFICO 20: BENEFICIOS - COMIDA Y RESTAURANTES	107
GRÁFICO 21: BENEFICIOS - EDUCACIÓN.....	107
GRÁFICO 22: BENEFICIOS EN LOCALES DE ENTRETENIMIENTO	108
GRÁFICO 23: BENEFICIOS EN LOCALES DE ENTRETENIMIENTO	109
GRÁFICO 24: BENEFICIOS EN LOCALES DE ENTRETENIMIENTO	109
GRÁFICO 25: BENEFICIOS EN LOCALES DE ENTRETENIMIENTO	110

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación propone la introducción de la tarjeta “BOONUS” como identificación personal con red de beneficios especiales para empresas e instituciones en la ciudad de Guayaquil. Esta idea de negocio surge ante la detección de la carencia de beneficios atractivos y la falta de uso en las identificaciones personales de miembros de empresas, instituciones académicas, gremios, etc.

En Guayaquil es muy común identificar los grandes esfuerzos que grandes cadenas comerciales realizan con la finalidad de conseguir la atención de los clientes y ganar mayor participación en el mercado. La tarjeta “BOONUS” se vuelve una oportunidad para que las marcas comerciales lleguen al mercado objetivo escolar, colegial, universitario y profesional con una promoción efectiva y directa.

Por otra parte, el mercado guayaquileño en su mayoría posee varias tipos de tarjetas de descuento sin embargo la carencia de descuentos y promociones que realmente sean atractivos y llamen la atención a los clientes del mercado es otra realidad. La tarjeta “BOONUS” se convierte en una alternativa innovadora para los establecimientos afiliados como opción para atraer clientes dentro de selectas instituciones y empresas.

Con la finalidad de introducir la tarjeta “BOONUS” en el mercado Guayaquileño se han desarrollado trece capítulos que comprenden el presente trabajo de titulación, donde se evalúa la investigación de mercado, el plan de marketing, plan operativo y la rentabilidad del proyecto.

En la estructura de la empresa se considera a diez colaboradores especializados cada uno en su área, con quienes se cumplirá todos los beneficios de ley que contempla el código de trabajo ecuatoriano.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Con la finalidad de posicionarse en el top of mind de los usuarios y clientes y crear fidelización, se ha desarrollado un plan de marketing a través de medios de comunicación, redes sociales, página web, activaciones, entre otro, que servirán para ingresar fuertemente en el mercado de las identificaciones y tarjetas de descuento de la ciudad de Guayaquil.

Para la ejecución del presente trabajo de titulación se realizó 380 encuestas a potenciales usuarios de la tarjeta, y seis entrevistas a profundidad entre potenciales clientes y potenciales establecimientos afiliados. Este estudio ayudó a determinar los gustos y preferencias de los potenciales usuarios, poder adquisitivo de los clientes potenciales y las necesidades y posibles promociones de los potenciales establecimientos miembros de la red de beneficios.

Para el desarrollo del presente trabajo se requiere **\$ 45,046.31 de inversión inicial** la cual el 40% que son \$18,018.5 es cubierto con fondos propios de los accionistas y el 60% que son \$27,027.78 será financiado a través de una entidad bancaria por cinco años plazo. En los estados financiero se determinó que la **VAN es de \$29,396.69** con una **TIR del 39%** y un **PAYBACK** de cuatro años.

En trece capítulos se detalla los diferentes factores y elementos necesarios para la aplicación del presente trabajo de titulación, así mismo mediante el estudio de mercado realizado se analiza la viabilidad y rentabilidad de la propuesta.

Este trabajo servirá como modelo de presentación de negocio a inversionistas y como referencia a estudiantes, empresarios y personas interesadas en general.

CAPITULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema- Título

“Propuesta para la introducción de la tarjeta “BOONUS” como identificación personal con una red de beneficios especiales para empresas e instituciones en la ciudad de Guayaquil”

1.2. Justificación

Este trabajo plantea analizar la aceptación que tendrá la tarjeta “BOONUS” en los potenciales usuarios (tarjetahabientes), potenciales establecimientos afiliados (establecimientos comerciales de la red de beneficios) y potenciales clientes (rectores, gerentes generales, presidentes o directores) de la ciudad de Guayaquil.

Por lo general toda organización busca identificar a sus miembros, sin embargo son pocas las organizaciones que lo realizan debido a que el uso de la identificación es limitado para ingresar o salir de algún lugar y para presentarse ante alguna persona como evidencia de que estudia o trabaja en alguna institución o empresa.

El presente proyecto surge ante la necesidad de incorporar un valor agregado a las identificaciones personales de los miembros y colaboradores de las empresas o instituciones de la ciudad de Guayaquil para un mayor uso de las mismas.

Esta investigación contribuirá a la ejecución del proyecto tarjeta “BOONUS” en una empresa de la ciudad de Guayaquil, como también de guía de conocimiento y análisis para los emprendedores y empresarios de Guayaquil, sobre la aplicación de estrategias para introducir negocios en el mercado, ser estratégicos, mejorar o crear procesos innovadores para tener impacto en el mercado ecuatoriano cumpliendo los aspectos, legales, sociales o económicos del país.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

Campo: El proyecto se enmarcará en las herramientas necesarias en el campo de administración de empresas.

Área: Las áreas que se empleará para el desarrollo del proyecto son: psicología en los negocios, gestión de proyectos, marketing, presupuesto y control, estadística, administración financiera.

Aspecto: Determinar la aceptación, preferencias y gustos de los posibles usuarios, establecimientos afiliados y clientes de la tarjeta "BOONUS" con una identificación con descuentos, beneficios y promociones superiores en el mercado.

Tema: "Propuesta para la introducción de la tarjeta "BOONUS" cómo identificación personal con una red de beneficios especiales para empresas e instituciones en la ciudad de Guayaquil"

Problema: ¿Qué beneficios los usuarios de una identificación personal y los establecimientos afiliados da la red de descuentos prefieren recibir y ofertar respectivamente para mantener un continuo uso y agrado de la tarjeta "BOONUS"?

Delimitación espacial: La ciudad que se investigará por ser en la que se establecerá los convenios con los establecimientos afiliados es Guayaquil.

Delimitación temporal: De octubre del 2012 a octubre del 2013.

Además se investigará los aspectos legales y sociales relacionados al negocio, así como el medio en el que se desarrollará. Se incluirá un plan de marketing, que incluirá el estudio de mercado antes mencionado, y una proyección de la situación financiera del proyecto.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

La investigación se realizará en la ciudad de Guayaquil, ciudad donde el comercio es la principal actividad económica de sus habitantes, según el censo económico realizado por el INEC en el 2010. Guayaquil pertenece a Guayas que es la provincia del Ecuador más poblada (Diario Hoy, 2011). Existen 87.206 establecimientos económicos que corresponden al 17.4% del total nacional. Estos establecimientos generan 35.507 millones de dólares en ventas que corresponden al 21.5% del país y emplean a 441.976 personas que corresponden al 21.5% del Ecuador. (El Telégrafo, 2011)

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Analizar la factibilidad económica y técnica de implementar la tarjeta de identificación “BOONUS” en el sector empresarial e institucional de la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar las ventajas y desventajas para los clientes el implementar la tarjeta “BOONUS” cómo identificación personal con red de beneficios especiales para sus empresas y / o instituciones.
- Identificar las preferencias y gustos de los posibles usuarios de la tarjeta “BOONUS”
- Conocer las preferencias, servicios y resultados que les gustaría obtener a los posibles establecimientos afiliados.
- Comprobar la rentabilidad de este negocio.
- Detallar y aclarar los diferentes procesos necesarios para su posterior uso.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

El método que se utilizará para esta investigación es mixto con un enfoque descriptivo, se utilizarán los métodos cuantitativos y cualitativos aplicando la técnica de la encuesta y entrevistas a profundidad. Las principales ventajas de esta combinación es que brindará una perspectiva completa del problema y esto dará un

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

menor grado de margen de error en el estudio. Para la investigación se consultará fuentes secundarias y para el análisis de la información recogida se utilizará el programa informático SPSS.

La investigación irá al margen de lo que se conoce como IAP (Investigación Acción Participativa) ya que se reconoce que es una metodología que está generando una mayor respuesta en la sociedad, este estudio se enfoca no solo estudiando la problemática desde afuera, más bien se integra e involucra a cada uno de los miembros de la comunidad para analizar el problema y obtener posibles soluciones. (Ander-Egg, 1990)

1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

1.7.1. Planteamiento del Problema

La carencia de beneficios especiales en las identificaciones personales de empresas instituciones académicas o gremios.

Preguntas de Investigación:

- ¿Qué beneficios especiales y qué locales con descuentos como usuarios de la tarjeta de identificación, les gustaría que tengan al ser afiliado a BOONUS?
- ¿Qué tan conveniente para las empresas es afiliarse a BOONUS?
- ¿Cuál es el servicio y qué beneficios esperan recibir los rectores, gerentes o directores que toman la decisión de carnetizar a los miembros de sus instituciones?

1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1. Marco Referencial

Se ha escogido como referencia la empresa ecuatoriana REDLINKS. La empresa fue creada a inicios del 2004, creando una credencial de identificación que permite al portador disfrutar de beneficios en todos los establecimientos de marcas afiliadas a la red. Esta empresa fue innovadora por su red de beneficios

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

en el país. En poco tiempo fueron incrementando sus alianzas y consiguieron grandes clientes de instituciones académicas (colegios, universidades, institutos) y luego con empresas grandes como Toyota, EMaulme, constructoras, etc. En la actualidad cuentan con 35.000 tarjetahabientes.

El director, Ing. Carlos Ortega Santos es la cabeza principal de la empresa y destaca que no solo ofrecen un carné de identificación a los estudiantes o empleados, sino tienen un valor agregado que brinda el beneficio a acceder a los descuentos de entre el 5% al 50% de descuento en los locales afiliados a la red. (El Universo, 2010)

El costo para acceder a este servicio, que por lo general se lo emite con validez para un año, varía según el acuerdo al que llegue Red Links y la empresa o centro educativo que opte por las credenciales para sus empleados o estudiantes. La carnetización es anual y los beneficios caducan también cada cierto tiempo.

Las nuevas tecnologías han profundizado las transformaciones en las percepciones del tiempo y el espacio, las definiciones de lo real y las constituciones de lo corpóreo.

Además, han transformado los modos de organización y de pertenencia de los jóvenes (Racioppe, 2008)

1.8.2. Marco Teórico

Los descuentos que los establecimientos comerciales pueden ofrecer no son pérdida para las empresas como lo declara Paul Cárdenas. “Los descuentos, según el ejecutivo, son fácilmente financiados por parte de la empresa porque

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

se otorgan a clientes cuyo consumo es frecuente y estable." (Cárdenas, 2011). Al contrario se vuelven una atractiva opción para atraer clientes , ya que generan un ahorro en las personas como lo dice el editorialista de diario El Telégrafo sobre los beneficios de los descuentos "... no se pena en la ley porque esta práctica beneficia, en última instancia, al consumidor y a la sociedad." (Vallejo, 2011)

En Guayaquil en el año 2009 se emitió una tarjeta de descuento llamada La Guayaquileña para 900.000 habitantes la cual generó comentarios de los usuarios muy positivos como el de Carlos Jaramillo "Esto (Refiriéndose a la tarjeta) es de gran beneficio para nosotros, que siempre necesitamos adquirir medicinas entre otras cosas, este tipo de servicio de descuento no lo hemos visto antes, ahora con La Guayaquileña podemos comprar más barato" (Jaramillo, 2009)

El descuento duro o hard discount es el principal valor agregado que se busca otorgar a la tarjeta "BOONUS". El escritor Marc Sachon profesor del IESE Business School escribió un editorial sobre el secreto del descuento duro donde explica que el modelo de descuento duro es un claro ejemplo de coherencia estratégica donde se produce una perfecta armonía entre estrategia empresarial, estrategia operacional y operaciones diarias, y cada elemento refuerza a los demás. También sirve de ejemplo para demostrar el hecho de que diferentes estrategias empresariales pueden tener éxito dentro de la misma industria. Sachon plantea como los establecimientos comerciales Aldi se basa en el modelo de descuento duro; WalMart, en el surtido completo de productos, y Seven-Eleven Japan sigue el modelo de tienda de conveniencia, indica que estos comercios comparten sector, y también éxito. (Sachon, 2010)

Javier Casares y Alfonso Rebollo en su libro Innovación y adaptación en distribución comercial hablan sobre la visión moderna de la orientación competitiva de las diversas formas comerciales donde se habla sobre la REC

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

(Respuesta eficiente al consumidor) como las combinaciones entre fabricantes y distribuidores para hacer frente a las necesidades y deseos de los clientes y consumidores. En el libro se detalla el marco REC como gestión que pretende reducir los costes para ofrecerle un mejor precio al consumidor. (1996)

Fernando Jucá Bentivenga en la revista empresarial brasilera Administración de Empresas habla sobre el buzz marketing o marketing boca a boca el cual se caracteriza por la promoción de productos y servicios a través de canales interpersonales y es un componente esencial en el mix de comunicación de diversas empresas. En este sentido, el crecimiento en el número de consumidores conectados a Internet motiva a las empresas a buscar formas de maximizar el marketing boca a boca a través de herramientas en línea tales como el marketing viral. (2012)

La finalidad del proceso de la carnetización muy aparte de identificar a los miembros de la empresa o institución es generar identidad empresarial. El Prof. Herman Roberto Thiry-Cherques define a la identidad empresarial como algo superior a la diferenciación de la empresa con relación a las demás organizaciones. Es lo que permanece cuando las estructuras, los procesos y las personas cambian. Es la faceta que la empresa se presenta a sí misma. (2005)

Jose Luis Valdivieso Pinuaga en la revista Marketing y Ventas para directivos habla sobre el marketing de afiliación donde destaca la capacidad de generar ingresos con un riesgo mínimo para los anunciantes. Jose Luis habla también de variables como la transparencia, la creatividad de las campañas y la importancia de una estrecha relación entre el afiliado y el anunciante son vitales para un programa de afiliación a medio y largo plazo. (2011)

En la revista ESIC Market, Laura Galguera especialista en manejo de empresas, explica la importancia del marketing relacional como solución para afrontar los retos que plantea el nuevo entorno competitivo caracterizado por la maduración y la fragmentación de mercados. Laura resalta que en la actualidad

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

contamos con la presencia de clientes más exigentes en el mercado y la intensificación de la competencia, constituyendo la captación de clientes como una condición necesaria mas no suficiente. La especialista en manejo de empresas indica que a más de captar nuevos clientes es sumamente importante retenerlos y fidelizarlos buscando mantener una relación a largo plazo. Destaca también la importancia de desarrollar programas de fidelidad con los clientes a través de los diversos avances tecnológicos internacionales (2004).

La fidelización de los clientes brinda diversos beneficios ya sea una empresa de bienes de consumo, industrial o servicio, si se ofrece un valor superior y se gana la lealtad del consumidor, la cuota de mercado y los ingresos aumentan, mientras que los costes de adquirir y servir a los clientes disminuyen. (Reichheld, 1993)

Fornell y Wernerfelt en su libro “Defensive Marketing Strategy by Customer Complaint Management” detallan los factores determinantes de la fidelidad hacia un producto o una marca, en los cuales resaltan que la satisfacción, las influencias familiares, el entorno, la religión, las características sociodemográficas, el deseo de eliminar riesgos en la compra, el interés por ahorrar tiempo en la búsqueda de información, el liderazgo detentado de la marca, su carácter innovador, la accesibilidad del producto, la atención del personal de contacto, la confianza, el compromiso y las relaciones son variables que en el manejo de una marca o producto deben ser muy consideradas para obtener una fidelidad alta de los clientes. (1987)

Alejandro Serralde, presidente de la firma consultora Reddin en un artículo publicado en la revista Management Today en español, habla sobre el uso tan corriente del término competitividad, el cual lo define como la

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

capacidad para competir con el mejor y/o superarlo. Alejandro también se refiere a los factores claves que conforman a la competitividad (1997):

- Participación relativa en el mercado
- Calidad de los productos y servicios
- Reputación de los productos y servicios
- Coberturas de los canales de distribución
- Rentabilidad
- Fuerza de investigación y desarrollo
- Relaciones con el gobierno
- Relaciones con la comunidad
- Productividad de la empresa
- Efectividad de la innovación.

La competitividad demanda un esfuerzo canalizado radicalmente a 360 grados del accionar de una empresa, donde los esfuerzos de calidad son sólo una parte. La dirección de los negocios de hoy requiere dirigentes de pensamiento literal, libres de prejuicios, con una visión de conjunto y con un claro sentido generalista en oposición a la tradicional línea de especialista. (Serralde, 1997)

1.8.3. Marco Conceptual

- **Descuento duro – Hard discount:** En distribución, el canal descuento (o tiendas de descuento) es una fórmula comercial de productos de alimentación y droguería caracterizada por: un surtido limitado, la apuesta por la marca de distribuidor, una política constante de bajos precios y, sobre todo, un control sistemático de los costes. En su versión más extrema y amplia, se conoce como descuento duro o súper descuento (hard discount). (Baserribizia, 2011)
- **Carnetización:** Derivado del anglicismo carné (RAE, 2013) o carnet, pese a no ser reconocida por el RAE, se la utiliza en muchos países

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

latinoamericanos y europeos para referirse al proceso de emisión de identificaciones personales de las instituciones. (etimologias.com)

- **Buzz Marketing:** Es una versión americanizada, modernizada y llena de tecnología de la célebre transmisión de información del Boca-Oreja. En su acepción dentro del ámbito del marketing encontramos que el buzz hace referencia al conjunto de información Boca-Oreja que se genera entorno a una marca. (Briones, 2004)
- **Marketing de afiliación:** El marketing por afiliación está especializado en la obtención de resultados. Engloba todas aquellas relaciones comerciales en las que un comerciante promociona sus servicios o productos mediante anuncios y un afiliado inserta estos anuncios y promociones en sus páginas web. Si un usuario visita una página web de un afiliado y es impactado por una promoción de un anunciante, tiene la posibilidad de hacer clic en el banner y realizar una acción determinada en el sitio del anunciante (por lo general una compra o un registro). El afiliado recibe el pago de una comisión por esta acción. (Adsmarketlam, 2005)
- **'Know-How' o 'Saber Hacer':** conjunto de informaciones prácticas, no patentadas. Esta información debe ser secreta, sustancial e identificada. Secreta significa que no es del dominio público ni es fácilmente accesible; sustancial significa que la información debe ser relevante y útil para la venta, producción, relaciones con los clientes, y demás aspectos del negocio; finalmente, identificada significa que debe estar descrita en forma suficientemente completa que permita verificar las otras dos condiciones. (Código Deontológico Europeo de Franquicia, 1991)

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

1.8.4. Marco Legal

- Art.52 -Constitución de la República

La Constitución de la República garantiza a las personas el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad.

- Art.66 , Numerales 15, 25 y 26 - Constitución de la República

La Constitución de la República garantiza el derecho a desarrollar actividades económicas conforme los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental: el derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad con eficiencia, eficacia y buen trato: el derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social ambiental.

- Art.278 Numerales 2 - Constitución de la República

La Constitución de la República establece que para la consecución del Buen Vivir, a las personas y colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad y ambiental;

- Art.283 - Constitución de la República

La Constitución de la República establece que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre la sociedad, estado y mercado en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

- Art.284 - Constitución de la República

La Constitución de la República establece los objetivos de la política económica, entre los que se encuentran: el asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional; incentivar la producción

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

nacional, la productividad y competitividad sistemáticas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional; y, mantener la estabilidad económica entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.

- Art.9 Abuso del Poder de Mercado; Numeral 16 – Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado

Lo descuentos condicionados, tales como aquellos conferidos a través de la venta de tarjetas de afiliación, fidelización u otro tipo de condicionamientos que impliquen cualquier pago para acceder a los mencionados descuentos.

1.8.5. Marco Lógico:

Descripción	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p>Fin: Analizar la factibilidad económica y técnica de la tarjeta de identificación corporativa e institucional "BOONUS" en el sector empresarial e institucional de la ciudad de Guayaquil.</p>	<ul style="list-style-type: none"> *Conseguir una base de 3000 usuarios afiliados la red de beneficios BOONUS *Cerrar 50 convenios con los establecimientos de más visita por los usuarios segmentado para tipo de personas y tipos de establecimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> *Encuestas realizadas a usuarios de las tarjetas vía internet y físico. *Análisis visual del comportamiento de los usuarios de las tarjetas en los establecimientos afiliados. *Grupos Focales. *Entrevistas sobre nivel de satisfacción a gerentes generales de establecimientos afiliados. 	<ul style="list-style-type: none"> *Que el impacto de la tarjeta no sea el esperado *Aceptación de los usuarios baja en comparación de lo esperado. *Incremento de ventas no muy significativo por parte de los establecimientos afiliados a la red.
<p>Propósito: BOONUS es una tarjeta de identificación con una red de beneficios especiales con la cual las empresas e instituciones aumentan la satisfacción laboral o del socio, crea identidad corporativa y permite el ahorro de sus colaboradores o socios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> *BOONUS es una empresa rentable que tiene un alto nivel de satisfacción de los establecimientos afiliados por su notable incremento en las ventas desde su afiliación a la red. *Los usuarios de la tarjeta BOONUS se sienten satisfecho por todos los beneficios y la gama de descuentos que la tarjeta les brinda. *Los usuarios reconocen que con la tarjeta están ahorrando significativamente al mes. 	<ul style="list-style-type: none"> *Informe consolidado anual de la empresa. *Encuestas realizadas al personal administrativo de la empresa. *Informe del departamento de ventas * Informe del departamento de servicio al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> *Que no tenga mayor aceptación por los usuarios de las tarjetas *Que los beneficios y descuentos no sean los suficientes para causar el ahorro estimado en los usuarios.
<p>Resultados: -Compras con mayor frecuencia en los locales afiliados. Mayor identidad corporativa de la empresa o institución que identifique a sus colaboradores o miembros con la tarjeta BOONUS</p>	<ul style="list-style-type: none"> *Se consiguió 4000 tarjetahabientes en el primer año de instituciones y empresas afiliadas a BOONUS *Los establecimientos afiliados a la red han incrementado entre el 5% y 15% sus ventas por la tarjeta BOONUS *Se aumentó la satisfacción laboral e identidad corporativa de los miembros y empleados en un rango del 5% al 30% 	<ul style="list-style-type: none"> *Entrevistas con los gerentes de los establecimientos sobre el aumento de ventas desde que se realizó el convenio con BOONUS 	<ul style="list-style-type: none"> *Que los usuarios de la tarjeta sientan que están ahorrando significativamente. *Que los descuentos y beneficios de la tarjeta no sean lo suficiente atractivos para los usuarios para alcanzar la satisfacción laboral o del miembro esperada.
<p>Actividades: -Crear la empresa y equiparla -Investigar los establecimientos más visitados por cada uno de los 3 segmentos (Formación, Preparación y Profesional) -Hacer los convenios con los establecimientos más visitados por cada uno de los 3 segmentos. - Ofertar el servicio de identificación a empresas e instituciones - Analizar la satisfacción del usuario de la tarjeta BOONUS - Analizar el incremento de clientes obtenido por la empresa afiliada a partir de que se realizó el convenio y la promoción respectiva.</p>	<ul style="list-style-type: none"> *2 máquinas impresoras de las tarjetas. *10.000 tarjetas en blanco como stock inicial. *10 juegos de tinta para la impresora. *2 mesas rectangulares. *Local de 90m2. *2.000 Trípticos con la información de todos los establecimientos afiliados. *Empresa constituida para facturar *Se estima mantener un 10% del mercado Guayaquileño que compra estos servicios.. 	<p>Máquinas impresoras de tarjeta: \$3000, Tarjetas en blanco: \$800 , 10 juegos de tinta para las impresoras \$750, 2 mesas rectangulares: \$400, Arriendo de Local: 600, Trípticos: 250, Empresa constituida: \$550 INVERSIÓN TOTAL ESTIMADA : \$9600</p>	<ul style="list-style-type: none"> *Que algunos establecimientos no quieran hacer la afiliación a la red por ya tener su tarjeta de descuento o ya estar afiliado a una red. *Que los proveedores de insumos no tengan en stock los insumos necesarios. *Que las máquinas de impresión se dañen y no tengan los repuestos a tiempo *Que los usuarios asistan a los establecimientos afiliados y no les den los descuentos respectivos. *Que los usuarios no tengan la satisfacción esperada con la tarjeta BOONUS *Que los establecimientos afiliados no tengan incremento en las ventas por usuarios de la tarjeta BOONUS.

Tabla 1: Matriz del Marco Lógico
Elaborado por: EL Autor

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Preguntas de investigación:

- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de identificar con la tarjeta "BOONUS" a todos los empleados o miembros de una institución?
- ¿Cuáles son los tipos de beneficios y establecimientos afiliados que los miembros de cada comunidad prefieren para la tarjeta "BOONUS"?
- ¿Cuál es el beneficio esperado por las empresas afiliadas a la red de establecimientos?

1.10. Cronograma

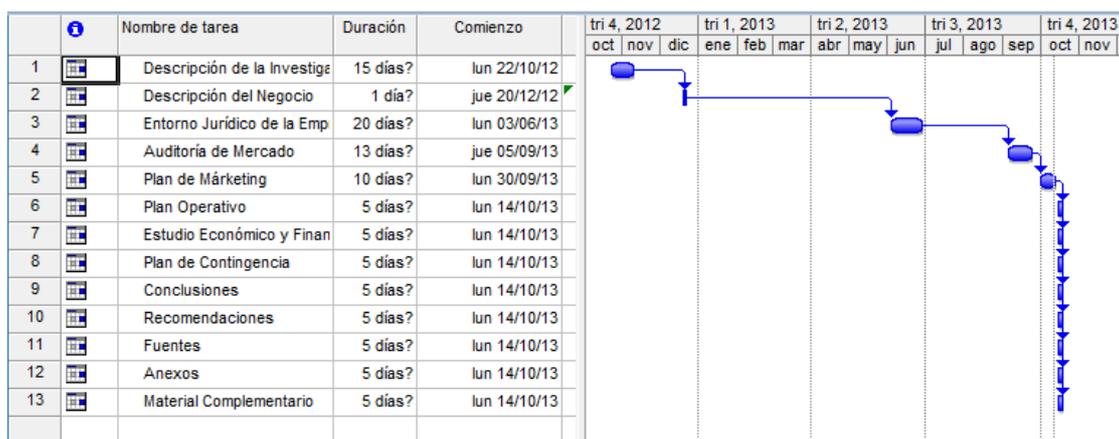


Ilustración 1: Cronograma
Elaborado por: El Autor
Fuente: Trabajo de titulación

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

La Tarjeta "BOONUS" es una muy buena oportunidad de negocio, partiendo del principio administrativo de la necesidad de identificar a todos los miembros de una empresa o institución, ya que de esta manera se certifica la dependencia, o vínculo de un individuo, estudiante, socio, colaborador, etc. con la institución o empresa.

Existen beneficios generales que se adquieren al demostrar a través de una identificación pertenecer a una institución o empresa, como los descuentos en los pasajes a los estudiantes, obtener libros de consultas en bibliotecas generales, uso de centros informáticos públicos, descuentos o promociones en locales o establecimientos comerciales, etc. Esto hace de por sí atractivo y muy necesario especialmente para escuelas colegios y universidades el realizar anualmente la carnetización.

En Guayaquil existen 390 empresas dentro de las 1000 más grandes del Ecuador, las cuales poseen 139,304 colaboradores (Ranking Empresarial, 2012); 318 escuelas y colegios lo cuales poseen 185,380 alumnos (Ministerio de Educación del Ecuador, 2013) y catorce universidades e institutos con 140,000 estudiantes aproximadamente (Consejo de Educación Superior, 2013) esto nos da un mercado potencial de 464,864 posibles usuarios. Algunas características especiales de esta oportunidad de negocio son:

Baja inversión Requerida: La inversión necesaria para iniciar la producción es mínima, esto hace que a la vez sea atractivo y se facilite conseguir la inversión inicial.

Alta rentabilidad: Los costos variables son bajos y el precio de venta es alto esto genera un margen atractivo para la empresa.

Poca Competencia: En Guayaquil existe una empresa similar que tiene gran porcentaje de mercado, sin embargo la mayoría de instituciones identifican a sus estudiantes con los negocios informales de identificación personal.

Identificaciones de Calidad: Los suministros que se utilizarán para la producción son importados con altos estándares de calidad.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Necesidad de otorgarle un valor agregado a las identificaciones personales de las empresas o instituciones: Existe un gran interés por parte de las instituciones y empresas de agregar más usos a la identificación personal.

Bajos costos de operación: Los costos de operación son relativamente bajos en comparación al precio de venta, esto genera un mayor margen de contribución.

Mercado en constante crecimiento: Las instituciones académicas tienen un porcentaje del 3% al 5% de incremento anual en estudiantes y los trabajadores de las empresas se han incrementado en un 5% entre el 2011 y el 2012. (Ranking Empresarial, 2012)

Constante avances tecnológicos e informáticos: La tecnología continúa avanzando y cada vez se desarrollan equipos más veloces con mejor calidad e identificaciones que permiten almacenar mayor información.

Necesidad de mayor promoción por parte de establecimientos comerciales dentro de instituciones educativas o instituciones: El marketing se sigue desarrollando y cada vez busca llegar de una mejor manera a los mercados objetivos.

Necesidad de incrementar las ventas de establecimientos comerciales: Los establecimientos comerciales necesitan mecanismos directos y efectivos de promoción.

Interés en vinculación empresa privada – instituciones: Relación interinstitucional muchas empresas e instituciones buscan y la tarjeta “BOONUS” se vuelve un acercamiento interesante.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio

La idea de negocio surge inicialmente por la carencia de valor agregado como beneficios especiales en las identificaciones personales de empresas, instituciones académicas o gremios que permitan el ahorro en diferentes establecimientos de consumo como restaurantes, lugares de entretenimiento y diversión, librerías, peluquerías, etc. En el caso de los estudiantes de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil existía una carencia absoluta de beneficios estudiantiles con el carné, por esto los estudiantes no le daban mayor uso a su identificación universitaria. De esta manera nació la idea de realizar vinculación empresarial y se realizaron convenios con diferentes establecimientos e instituciones para que brinden beneficios especiales a todos los estudiantes de la universidad a través de la Federación de Estudiantes.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fue notorio el interés de los establecimientos en formar parte de una red de beneficios de la identificación de una universidad, por ende mucho mayor será el interés cuando se tenga colegios, escuelas, cámaras de comercio, asociaciones, universidades, empresas, etc.

Así nace la idea de crear la tarjeta “BOONUS” cómo identificación personal con una red de beneficios especiales para empresas e instituciones. Estos beneficios se consiguen con un convenio firmado entre el establecimiento y la tarjeta “BOONUS”, estos beneficios tienen que tener ciertas características:

1. El beneficio que el establecimiento comercial ofrezca tiene que ser exclusivo para los usuarios de la tarjeta “BOONUS”.
2. El beneficio que el establecimiento comercial ofrezca tiene que ser mejor que cualquier otro beneficio que la empresa normalmente promocione o tenga con alguna otra institución.

(En caso de no cumplirse alguno de estos dos requisitos, no se podrá afiliarse a la institución o establecimiento a la red de beneficios “BOONUS”)

2.1.2. Descripción de la Idea de Producto o Servicio

“BOONUS” es una tarjeta de identificación personal corporativa o institucional, la cual posee una red de beneficios especiales, posee un tipo de distribución directa y posee tres segmentos diferentes de beneficios según el tipo de empresa o institución a la que se le ofrezca el servicio.

Tipo de distribución:

- Distribución directa corporativa o institucional: Se les ofrecerá el servicio a las empresas o instituciones para identificar a sus miembros creando identidad en los colaboradores de la empresa o miembros de la institución.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tipos de segmento:

- Segmento Escolar: Personas de 5 a 12 años de edad. (etapa de Educación General Básica)
Descuentos, beneficios y promociones en: cines, cadenas de comidas rápidas, tiendas de ropa infantil, jugueterías, librerías, locales de juegos y videojuegos, etc.
- Segmento Colegial: Personas de 13 a 18 años de edad. (etapa de Bachillerato General Unificado)
Descuentos, beneficios y promociones en: cines, cadena de comidas rápidas, tiendas de ropa juvenil, locales de videojuegos, peluquerías, librerías, canchas sintéticas, gimnasios, etc.
- Segmento Profesional y Universitario: personas de 18 años en adelante.
Descuentos, beneficios y promociones en: cines, cadena de comidas rápidas, restaurantes, tiendas de ropa, locales de videojuegos, peluquerías, librerías, canchas sintéticas, bares y discotecas, hospitales, seguros de salud, supermercados, gimnasios, concesionarias de vehículos, viajes nacionales e internacionales, etc.

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

2.2.1. Misión:

“Ser reconocidos como la mejor opción para identificar a los miembros de una institución, creando un importante valor agregado a la identificación personal a través de una red de beneficios especiales en establecimientos de común consumo de los tarjetahabientes, con atractivos descuentos y promociones para los segmentos escolar, colegial, universitario y profesional. Incrementando el uso y el grado de satisfacción laboral e identidad institucional en los usuarios”

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

2.2.2. Visión:

"Ser la tarjeta líder en carnetización con red de beneficios especiales en empresas e instituciones en el Ecuador. Teniendo beneficios exclusivos en todos los establecimientos afiliados"

2.2.3. Valores:

- Responsabilidad: Al momento de cumplir cada contrato con la calidad, tiempo de entrega y horario de atención.
- Calidad: Brindar productos de muy buena calidad y garantizados. Así mismo los beneficios que se ofrecen son muy atractivos.
- Compromiso: Con la entrega de los trabajos y con las diferentes empresas que se afilian a la red de beneficios creyendo en la empresa.
- Servicio: Entrega completa hacia los clientes con la finalidad de mantener una satisfacción muy alta de los mismos.
- Honestidad: En cualquier contrato con el cumplimiento de lo que se acuerda y siendo comprometidos con cada una de las cláusulas.
- Integridad: En los principios morales y éticos de la empresa

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

Ser una empresa rentable, sostenible en el tiempo y con interesantes índices de crecimiento para los inversionistas posicionando la tarjeta "BOONUS" en Guayaquil como la mejor opción para identificar a los miembros de una empresa o institución ofreciendo la mejor red de beneficios

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

especiales en los establecimientos de constante consumo de los segmentos escolar, colegial y universitario-profesional.

2.3.2. Objetivos Específicos

- Posicionar la tarjeta “BOONUS” en el “Top of mind” de los miembros de las instituciones y empresas de Guayaquil en el segundo año de funcionamiento.
- Abarcar las diez principales escuelas, colegios, universidades e instituciones de Guayaquil en el segundo año de funcionamiento.
- Tener en nuestra red de beneficios especiales a los establecimientos comerciales que cada uno de los segmentos afiliados prefiere en el primer año de funcionamiento.

2.4. Estructura Organizacional

2.4.1. Organigrama

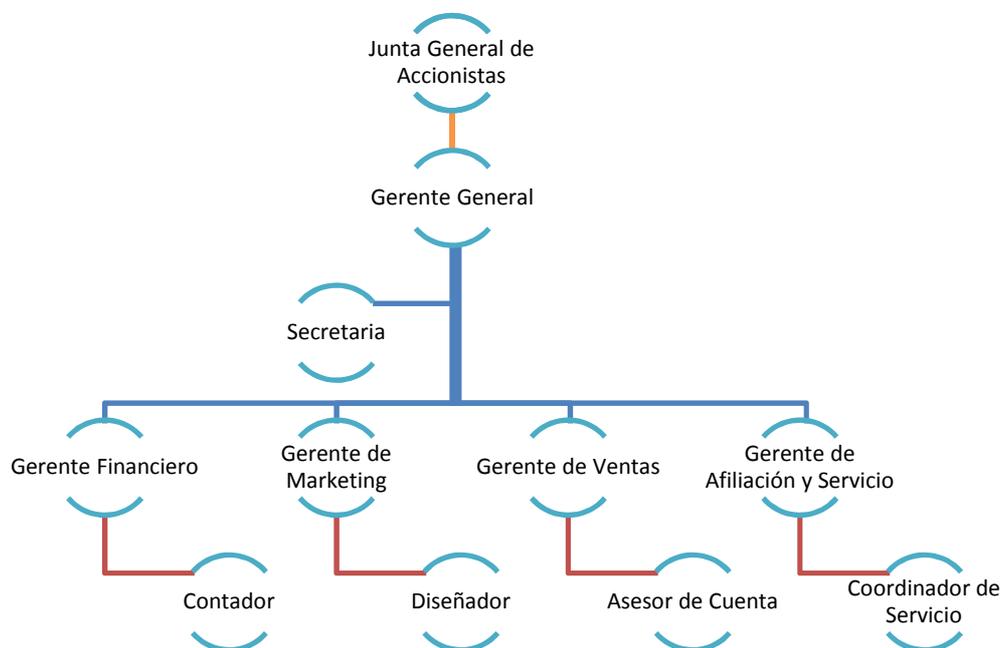


Ilustración 2: Organigrama
Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Personal

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

➤ Junta General de Accionistas

Socios de la empresa que designan a un gerente general la responsabilidad de administrar la empresa.

Funciones principales:

- Designar al gerente general de la empresa.
- Responsables de la toma de decisiones más importantes de la empresa.
- Responsables de auditar la administración.
- Encargados de decidir porcentaje de repartición de utilidades entre accionistas.

➤ Gerente General

Es el representante legal de la empresa. Planifica, direcciona y controla a la empresa con el fin de lograr objetivos establecidos bajo los valores y principios de la empresa. Trabaja con una secretaria.

Funciones principales:

- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de la junta de accionistas.
- Controla y analiza periódicamente del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Es la principal imagen de la empresa, es responsable de mantener y crear buenas relaciones con los clientes, franquiciados, proveedores y otros para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

➤ Gerente Financiero

Es el encargado de manejar las finanzas y la situación económica de la empresa. Trabaja con un contador.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Funciones principales:

- Manejo y administración de los recursos financieros.
- Contabilidad de la empresa
- Pagos a proveedores y empleados.
- Pagos de tributos y otras obligaciones.

➤ **Gerente de Marketing**

Es el encargado de manejar la imagen de la empresa por todos los medios. Trabaja con el diseñador.

Funciones principales:

- Manejo de imagen virtual a través de redes sociales y sitio web.
- Diseñar estrategias de mercadeo.
- Realizar actividades de merchandising.

➤ **Gerente de Afiliaciones y Servicio**

Es el responsable de las afiliaciones con los establecimientos de la red de beneficios especiales de la tarjeta “BOONUS”, debe negociar, realizar contratos y definir los convenios, promociones, descuentos y beneficios exclusivos y especiales. Es el encargado de controlar y planificar el servicio de cada una de las cuentas con el coordinador de servicio.

Funciones principales:

- Controlar que las empresas cumplan con sus compromisos adquiridos en la afiliación.
- Buscar constantemente nuevas establecimientos para afiliar a la red de beneficios.
- Negociar los descuentos, beneficios y promociones con las empresas afiliadas.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

➤ Gerente de Ventas

Es el responsable de planificar las diferentes estrategias de ventas que se desarrollarán en el sector corporativo e institucional, trabaja direccionando al asesor de cuentas.

Funciones principales:

- Desarrollar las estrategias de ventas y aplicarlas en el sector corporativo con el asesor de cuenta.
- Dirigir negociaciones con las diferentes instituciones y empresas que maneja el asesor de cuentas.
- Principal responsable de que se respete y cumplan los acuerdos y compromisos con cada una de las empresas o instituciones que contraten nuestros servicios.

➤ Contador

Trabaja con el Gerente Financiero, es quien lleva los asientos contables, y facturación en la empresa.

Funciones principales:

- Facturación
- Asientos contables
- Balances generales y estados de resultados

➤ Diseñador

Trabaja con el Gerente de Marketing, es quien realiza todos los diseños de las tarjetas, afiches, flayers, etc.

Funciones principales:

- Diseños de tarjetas
- Crea diseños para redes sociales y página web
- Diseña afiches, roll up, carpetas, tarjetas de presentación, etc.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

➤ **Coordinador de Servicio**

Trabaja bajo el control del gerente de afiliación y servicio, es el encargado de coordinar y realizar el servicio de todas las ventas corporativas.

Funciones principales:

- Montaje y desmontaje de puntos de servicio de carnetización.
- Resolución de problemas en puntos de servicio.
- Control de equipos y maquinaria del servicio.

➤ **Asesor de cuentas**

Trabaja con el gerente de ventas y es el encargado del cierre de los contratos con empresas e instituciones y control de cada una de las cuentas.

Funciones principales:

- Negociación y cierre de cuentas.
- Renovación de contratos de cuentas corporativas.

➤ **Secretaria**

Trabaja con el gerente general, y es la encargada de la coordinación con los diferentes departamentos de la empresa.

Funciones principales:

- Manejo de Oficios.
- Comunicación con diferentes departamentos de la empresa.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y

Derechos

MANUAL DE FUNCIONES

➤ GERENTE GENERAL

Es el representante legal de la empresa, quien debe direccionar a la empresa según las decisiones tomadas por la junta de accionistas. Tiene poder de decisión y es el principal responsable de cualquier resultado de la empresa. Se basa en la misión y visión para el cumplimiento y da seguimiento al cumplimiento de metas y objetivos.

Funciones:

- Es estrategia y planifica a mediano, corto y largo plazo.
- Administrar eficientemente los recursos y tomar decisiones.
- Crear relaciones estratégicas con proveedores.
- Busca desarrollar innovación y tecnologías.
- Contratar y despedir personal
- Analiza el panorama social, político y económico del país.
- Reporta a la Junta de accionistas los resultados de las operaciones.
- Dirige a los gerentes de los diferentes departamentos.

➤ GERENTE FINANCIERO

El gerente financiero es el encargado de todo el proceso de administración financiera de la organización.

Funciones:

- Analizar los aspectos financieros de los diferentes ámbitos.
- Realiza los diferentes presupuestos de cada uno de los departamentos.
- Conoce los costos de producción y márgenes de ganancias.
- Elaboración de escenarios y reportes financieros y de producción.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Manejo de los cobros y pagos.
- Conoce y analiza la situación económica del país.
- Manejo y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias con el SRI.
- Rinde cuentas ante el gerente general.

➤ CONTADOR

Es el encargado de elaborar todos los reportes contables que el gerente financiero necesite.

Funciones:

- Trabaja en conjunto con el gerente financiero.
- Responsable de llevar balances, y estados de resultados.
- Manejo y control de facturación.
- Reporta y rinde cuentas a su gerente de marketing.

➤ GERENTE DE MARKETING

El gerente de marketing es el encargado de desarrollar, implementar y controlar el plan anual de marketing, a través de una estrategia de marketing efectiva, impulsar actividades de mercadeo que posicionen la marca y los productos ofertados por la empresa.

Funciones:

- Desarrollar y supervisar la implementación de las campañas de posicionamiento de las marcas, productos y servicios en el mercado, evaluando el impacto de cada una de éstas.
- Trabaja con diseñador para elaborar artes y diseños.
- Es el responsable por la imagen de la empresa.
- Administrar eficientemente los recursos de promoción.
- Reporta y rinde cuentas al gerente general

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

➤ DISEÑADOR

Es el encargado de elaborar todos los artes y diseños de la empresa.

Funciones:

- Trabaja en conjunto con el gerente de marketing.
- Responsable de los equipos de computación.
- Es innovador y creativo.
- Realiza diseños para sitio web y redes sociales.
- Reporta y rinde cuentas a su gerente de marketing.

➤ GERENTE DE AFILIACIÓN Y SERVICIO

Es el responsable de las afiliaciones con los establecimientos de la red de beneficios especiales de la tarjeta “BOONUS”, debe negociar, realizar contratos y definir los convenios, promociones, descuentos y beneficios exclusivos y especiales.

Funciones:

- Llegar a acuerdos con los diferentes establecimientos afiliados.
- Cumplir con los compromisos adquiridos con los establecimientos.
- Hacer cumplir los compromisos adquiridos por los establecimientos.
- Hacer estudios de mercado sobre las preferencias y gustos de los usuarios.
- Hacer renovación de contratos anuales con los establecimientos afiliados.

➤ COORDINADOR DE SERVICIO

Es el encargado de realizar todo el servicio de carnetización de todas las ventas corporativas.

Funciones:

- Trabaja bajo el control del gerente de afiliación y servicio

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

- Responsable de instalar y desinstalar todos los puntos de servicio de las cuentas corporativas.
- Encargado de coordinar cualquier asunto en cuanto a servicio refiere con el cliente.
- Reporta y rinde cuentas a su gerente de afiliación y servicio.

➤ GERENTE DE VENTAS

Es el responsable de planificar las diferentes estrategias de ventas que se desarrollarán en el sector corporativo e institucional con el asesor de cuentas .

Funciones:

- Planificar las estrategias que se aplicaran con el sector corporativo e institucional
- Hacer presupuesto de ventas general y específicos
- Hacer cumplir los compromisos de ventas de cada sector.
- Evalúa y analiza el mercado para hacer estrategias de precios.
- Dirige los cierres de ventas.

➤ ASESOR DE CUENTAS

Es el responsable de negociar y hacer los cierres respectivos de las cuentas corporativas e institucionales (escuelas, colegios, universidades, instituciones y empresas).

Funciones:

- Planifica con el gerente de ventas las estrategias que se aplicaran con el sector corporativo.
- Realiza visitas a posibles clientes.
- Construye la base de datos de clientes corporativos.
- Renueva los contratos y las cuentas una vez que se terminan.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)

"BOONUS" es una tarjeta que pertenece al portafolio de servicios de FUSIVISION S.A. sociedad anónima domiciliada en la ciudad de Guayaquil con el objeto social de actividades de publicidad. "BOONUS" es una tarjeta de red de beneficios que promociona establecimientos afiliados en una red con todos los tarjetahabientes ofreciéndoles promociones y descuentos especiales. Los beneficios de esta tarjeta tienen una particularidad en comparación a los otros del mercado, que deben ser superiores a cualquier promoción o descuento y exclusivo para los usuarios de nuestra tarjeta.

Esta compañía será constituida por un plazo de 50 años a partir de su inscripción en el registro mercantil.

3.1.2. Fundación de la Empresa

La empresa será fundada en la ciudad de Guayaquil con un capital de \$18,018 será una sociedad anónima cumpliendo todos los requisitos que establece la ley. El gerente general será nombrado por dos años.

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital de la empresa es de \$18,018 dividido en 9009 acciones de \$2 cada una. La empresa posee dos accionistas fundadores:

Luis Eduardo Córdova Fernández - 8919 acciones

Martha Alejandra Córdova Fernández - 90 acciones

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

La junta general de accionistas se reunirá de manera ordinaria una vez al año y extraordinaria, las veces que amerite. Las convocatorias deben de ser

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

de forma escrita y serán publicadas en cualquiera de los diarios de mayor circulación de Guayaquil con un mínimo de ocho días de anticipación. La primera convocatoria puede iniciar completando un quorum del 50% más uno de sus miembros, en caso de no completarse, la sesión se iniciará en una segunda sesión igualmente convocada con los accionistas que se encuentren presentes.

3.1.5. Compañías Extranjeras

El presente inciso no aplica para el presente trabajo de titulación ya que la empresa será constituida bajo las leyes ecuatorianas.

3.1.6. Compañías que cotizan en Bolsa de Valores

El presente inciso no aplica para el presente trabajo de titulación ya que de acuerdo a la Ley de Mercado de Valores en su artículo 45 se establece que para registrar una empresa en la Bolsa de Valores se necesita tener un capital social mínimo de \$788,670.00 y al menos diez miembros con las condiciones necesarias para actuar como intermediario en las Casas de Valores. (Ley de Mercado de Valores, 2006)

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Generalidades

La empresa tendrá una nómina de diez colaboradores: gerente general, secretaria, gerente financiero, gerente de marketing, gerente de ventas, gerente de afiliaciones y servicio, contador, diseñador, asesor de cuentas, coordinador de servicio. Todos los colaboradores serán afiliados al IESS, cumpliéndose con todos sus derechos de ley detallados en el código del trabajo.

3.2.2. Mandato Constituyente #8

El mandato constituyente número 8 está vigente desde marzo del 2008 y prohíbe y elimina la tercerización e intermediación laboral. Esto hace que la relación laboral sea directa y bilateral entre el trabajador y empleador. Existe la posibilidad de contratar servicios prestados complementarios como: vigilancia, seguridad, alimentación, mensajería, limpieza, etc. En el caso del presente

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

trabajo de titulación se contratará servicios prestados de courier para una mejor logística y comunicación.

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

La empresa mantendrá un contrato de trabajo fijo por un año con sus colaboradores respetando las leyes y normativas vigentes en el código de trabajo del Ecuador y en el ministerio de relaciones laborales. Todos iniciarán con 90 días de prueba según lo estipula el Inc. 1ero del Art 14 del Código del trabajo. (Codigo del Trabajo, 2013)

En el ANEXO 1 se encuentra el modelo de contrato fijo con los colaboradores.

3.2.4. Obligaciones del empleador

La compañía tendrá obligaciones varias entre las cuales se denotan las siguientes:

- Celebrar un contrato de trabajo
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar al trabajador al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo.
- Pagar horas extras y suplementarias, así como el décimo tercer y décimo cuarto sueldo
- A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva

3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

- El décimo tercer sueldo (décima tercera remuneración) o bono navideño, es un beneficio que recibe los trabajadores bajo relación de dependencia y corresponde a una remuneración equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario. (Código del Trabajo, 2013) Este se paga hasta el 24 de diciembre del año en curso.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

- El décimo cuarto sueldo (décima cuarta remuneración) o bono escolar es un beneficio y lo deben percibir todos los trabajadores bajo relación de dependencia, indistintamente de su cargo o remuneración. Solo se encuentran excluidos los operarios y aprendices de artesanos de acuerdo con el Art.115 del Código del Trabajo. Consiste en un salario básico unificado vigente a la fecha de pago (SBU en el 2013).

El período de cálculo del décimo cuarto sueldo.

- Trabajadores de la costa y región insular:

Marzo 1 del año anterior (ejemplo 2012) a Febrero 28 (ó 29) del año del pago (ejemplo 2013)

-Trabajadores de la sierra y oriente:

Agosto 1 del año anterior (ejemplo 2012) a Julio 31 del año del pago (ejemplo 2013)

Los trabajadores que han laborado por un tiempo inferior al período de cálculo o que se desvinculan del empleador antes de la fecha de pago, tienen derecho a una parte proporcional del 14to. (Código de Trabajo, 2013)

3.2.6. Fondo de Reserva y Vacaciones

Los Fondos de Reserva son el equivalente a un mes de sueldo o salario, por cada año completo de trabajo que se acumula luego de cumplido el primer año de servicio en una misma empresa.

Tiene derecho a este beneficio todo trabajador que ha prestado sus servicios por al menos un año en la misma empresa. A partir del décimo tercer mes, el empleado tiene derecho a que su empleador le abone directamente o a través del IESS el equivalente a un doceavo de su sueldo o salario.

El pago de la remuneración de aportaciones para todos los trabajadores es mensual a partir del mes de agosto de 2009, el cual lo recibirá directamente de su empleador, o si lo decide se acumulará como hasta ahora a través del IESS.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Se recibirá el equivalente al 8,33% de la materia gravada, norma que se aplicará para los meses subsiguientes. (Código de Trabajo, 2013)

3.2.7. Asociaciones de Trabajadores

El Art.443 del Código de Trabajo, se indica: “*Para efecto de asociaciones de trabajadores o sindicatos con un número no menor de treinta trabajadores*”, se deberá remitir al Ministerio de Trabajo y Empleo con la presentación de los documentos pertinentes a dicho artículo.

Por ende para el presente trabajo de titulación no se considera este inciso ya que no se tiene la cantidad de colaboradores mínima para tener una asociación de trabajadores.

3.2.8. Inserción de Discapitados a Puestos de Trabajo

Este requisito es para las empresas que poseen más de 25 trabajadores de planta, para ellos según el Código de Trabajo, deben contratar al menos una persona con discapacidad en el primer año. Al no ser el caso del presente trabajo de titulación este inciso no aplica.

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

Las personas naturales o jurídicas están sometidas a las normas de un Estado:

1. El Estado regula, por medio de normas jurídicas, las relaciones interpersonales de sus habitantes, bien sea de manera específica o bien creando un marco general dentro del cual pueden actuar.
2. Es imposible que el Estado regule todas y cada una de las conductas de sus habitantes porque siempre habrá espacio para el ejercicio de los

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

derechos individuales que se reconocen como garantía necesaria para la convivencia. Uno de esos derechos individuales es el de la libre autonomía de la voluntad privada, entendida como la facultad que tiene una persona para realizar actos con consecuencias jurídicas. La expresión más común de la autonomía de la voluntad es el convenio o contrato.

3. Se entiende por contrato el acuerdo de voluntades en virtud del cual las partes que intervienen en él adquieren derechos y contraen obligaciones.

4. Para celebrar válidamente un contrato, deben cumplirse los siguientes presupuestos:

- Que las partes sean capaces.
- Que consientan en el acto que realizan.
- Que la causa sea lícita.
- Que el objeto sea lícito.
- Que las disposiciones contractuales no contravengan las normas de orden público.(Código Civil , 2013)

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

Es un contrato mediante el cual una persona normalmente profesional se obliga en algún área con respecto a otra a realizar una serie de servicios a cambio de un precio. Es importante señalar que el pago del contrato es dirigido al cumplimiento de metas, horas, objetivos, proyectos, etc. el incumplimiento de dichas metas no obliga al pago Proporcional.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Se trata de un contrato oneroso, y su diferencia con el contrato de compraventa consiste en que la contraprestación al pago del precio no es un bien tangible, sino la realización de una actividad.

En este caso como empresa no necesitaremos contratar a nadie por prestación de servicios.

3.3.3. Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Este inciso no aplica para el presente trabajo de titulación ya que no se contratará servicios prestados.

3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

Todo contrato tendrá una cláusula de solución de conflictos donde se detallará que en caso de existir algún conflicto, este se solucionará bajo un mediador de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

3.3.5. Generalidades de la Contratación Pública

Para la contratación pública, se carnetizará instituciones del estado, escuelas y colegios fiscales, empresas públicas, etc. La empresa FUSIVISION S.A. estará registrada en el Instituto Nacional de Contratación Pública (INCOP) y segundo lugar la habilitación del portal de compras públicas en la página www.compraspublicas.gob.ec, los requisitos son los siguientes:

Llenar y firmar el formulario que se genera en la página (Firma del representante legal).

- Copia de cedula y papeleta de votación.
- Copia de RUC actualizado.
- Certificados de los clientes más importantes de los últimos 3 años
- Copia de la declaración del Impuesto a la renta del último periodo económico fiscal y el comprobante de pago.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

3.3.6. Contrato de Confidencialidad

En el contrato con clientes o establecimientos se establecerá una cláusula de confidencialidad la cual se detalla a continuación:

Confidencialidad implica abstenerse de informar a terceras personas respecto a datos confidenciales de FUSIVISIÓN S.A. y/o divulgar por cualquier medio, verbal, escrito, electrónico, sin el consentimiento previo y por escrito de la otra parte, sobre el trabajo que realice sobre cualquier otra información que hubiese llegado a su conocimiento en razón de los servicios que prestará.

Información confidencial es cualquier información comercial que no se haya publicado ya, esté en general a disposición de terceras partes, o sea de otra manera de dominio público.

Por consiguiente, durante o después de terminarse la relación establecida por este convenio, las partes se comprometen a:

- a) No comunicar tal información a terceros que no sean personas debidamente autorizadas por el contratante o el contratado para recibirlas.
- b) No utilizar la información para beneficio lucrativo o no lucrativo de sí mismo o de terceros o en cualquier manera perjudicial a los intereses de las partes.
- c) Retener tal información sin tener autorización de las partes, o derecho de hacerlo, o sin que haya necesidad alguna de retenerla.
- d) Proteger la información confidencial con el debido cuidado.

Las partes declaran reconocer plenamente que cualquier ruptura de lo antes dispuesto significaría falta profesional grave, con razones justificadas

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

para la terminación inmediata del presente convenio y que se sigan las acciones judiciales civiles y penales a que haya lugar.

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

El código de ética de la tarjeta “BOONUS” establece los principales y valores que deben cumplir los trabajadores en la organización. El modelo de código de ética que se utilizará se encuentra en el ANEXO #2

3.4.2. Indicadores de Gestión

La tarjeta “BOONUS” manejará los siguientes indicadores de gestión por cada departamento:



Ilustración 3: Indicadores de Gestión
Elaborado por: El Autor

3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios

Los colaboradores de la Tarjeta “BOONUS” recibirán su salario mensualmente por el horario de trabajo de Lunes a Viernes de 09:00am a 5:00pm y Sábados de 09:00am a 12:00pm. Todos los colaboradores recibirán los beneficios sociales señalados a continuación:

- Décimo Tercer sueldo
- Décimo cuarto sueldo

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Vacaciones
- Fondos de Reserva
- Aporte Patronal
- Utilidades

3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

La tarjeta “BOONUS” tendrá una muy buena comunicación interna y externa de la siguiente manera:

Interna: Entre los diferentes departamentos de la empresa y a nivel interpersonal vía telefónica, vía correo electrónico corporativo, vía red social interna y vía oficio o memorando físico, video conferencia, cartelera informativa, reuniones presenciales.

Externa: Con los clientes, proveedores, instituciones, empresas, etc. A través de oficios físicos, mailing masivo, comunicados de prensa, redes sociales, pagina web, reuniones presenciales, correos electrónicos, video conferencia, etc.

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1. Registro de Marca

La tarjeta “BOONUS” será registrada como marca, fonéticamente y como signo distintivo en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) quien es el organismo encargado en el Ecuador del registro de marcas y patentes.

3.5.2. Manual de Procesos Productivos

La tarjeta “BOONUS” al ser un proceso simple de impresión de identificaciones personales no tendrá un manual de proceso productivo.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

3.5.3. Derecho de Autor del Proyecto

El trabajo de titulación "Propuesta para la introducción de la tarjeta BOONUS como identificación personal con red de beneficios especiales para empresas e instituciones en la ciudad de Guayaquil" está protegido bajo el derecho de autor solo con el hecho de haber sido creado y publicado. Quedará una publicación para que sea de libre acceso en la biblioteca de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad

Este inciso no será desarrollado ya que la tarjeta "BOONUS" no desarrollará ni creará ningún proceso o modelo de utilidad que deba ser patentado.

3.6. Seguros

3.6.1. Incendio

Para efecto del presente trabajo de titulación se ha considerado no contratar un seguro contra pérdidas y daños materiales causado por incendio ya que el riesgo es mínimo y al ser una empresa que se encuentra en la etapa de introducción no es conveniente que se inicie con muchos costos fijos.

3.6.2. Robo

Para efecto del presente trabajo de titulación hemos considerado adquirir un seguro contra robo y pérdidas. En vista que los valores asegurados no superan el monto mínimo asegurar, se cancelará la póliza mínima que tiene un valor mensual de \$150.00 dólares. El valor de la prima en caso de un siniestro será una mensualidad de la póliza adicional.

3.6.3. Fidelidad

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Este inciso no aplica ya que la tarjeta “BOONUS” no contratará una póliza de fidelidad para cubrir cualquier pérdida económica o de bienes que puedan ejecutar sus trabajadores con actos dolosos.

3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato

Este inciso no será desarrollado ya que la tarjeta “BOONUS” no contratará un seguro de anticipo y cumplimiento de contrato ya que al ser una empresa nueva no se justifica adquirirla.

3.6.5. Maquinarias y Equipos

Este inciso no aplica ya que la tarjeta “BOONUS” no tendrá asegurados sus equipos ya que mantenemos las garantías de fábrica.

3.6.6. Materia Prima y Mercadería

Este inciso no será desarrollado ya que la tarjeta “BOONUS” no contratará un seguro de materia prima y mercadería ya que no es necesario.

3.7. Presupuesto

PROVISIÓN DE SUELDOS Y BENEFICIOS AÑO 1								
Cargo	Sueldo	13°	14°	Aportaciones al IESS	Total Mensual	Total Anual		
Gerente General	\$ 1,000	\$ 1000	\$ 83.33	\$ 318	\$ 26.50	\$ 111.50	\$1,221.33	\$ 14,656.00
Gerente Financiero	\$ 750	\$ 750	\$ 62.50	\$ 318	\$ 26.50	\$ 83.63	\$ 922.63	\$ 11,071.50
Gerente de Marketing	\$ 750	\$ 750	\$ 62.50	\$ 318	\$ 26.50	\$ 83.63	\$ 922.63	\$ 11,071.50
Gerente de Ventas	\$ 750	\$ 750	\$ 62.50	\$ 318	\$ 26.50	\$ 83.63	\$ 922.63	\$ 11,071.50
Gerente de Afiliación y Servicio	\$ 750	\$ 750	\$ 62.50	\$ 318	\$ 26.50	\$ 83.63	\$ 922.63	\$ 11,071.50
Coordinador de Servicio	\$ 450	\$ 450	\$ 37.50	\$ 318	\$ 26.50	\$ 50.18	\$ 564.18	\$ 6,770.10
Asesor Comercial	\$ 450	\$ 450	\$ 37.50	\$ 318	\$ 26.50	\$ 50.18	\$ 564.18	\$ 6,770.10
Secretaria	\$ 450	\$ 450	\$ 37.50	\$ 318	\$ 26.50	\$ 50.18	\$ 564.18	\$ 6,770.10
Diseñador	\$ 450	\$ 450	\$ 37.50	\$ 318	\$ 26.50	\$ 50.18	\$ 564.18	\$ 6,770.10
Contador	\$ 450	\$ 450	\$ 37.50	\$ 318	\$ 26.50	\$ 50.18	\$ 564.18	\$ 6,770.10
TOTAL	\$ 6,250	\$ 6,250	\$ 483.33	\$ 862	\$ 238.50	\$646.70	\$7,168.53	\$ 86,022.40

Tabla 2: Roll de Pagos
Elaborado por: El Autor
Fuente: Informe Económico - Financiero

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

Entorno Político:

Desde el 2011 los establecimientos comerciales que ofrecían descuentos a través de un mecanismo de afiliación fueron afectados por la ley antimonopolio que establece en su numeral 16 del artículo 9, los 21 abusos de poder de mercado. (Diario Hoy, 2011) Esto impactó fuertemente en las estrategias de marketing de afiliación que las principales cadenas de distribución mayorista aplicaban en el mercado. (EL COMERCIO, 2011)

Entorno Económico:

A continuación se evaluará la situación económica en la que se encuentra el país en diferentes variables como el Producto Interno Bruto (PIB), inflación y tasa de interés, las cuales inciden en el crecimiento del país.

- **PIB**

En el 2011 el crecimiento anual del PIB fue de 7,98% mayor al del 2012 que fue 5,01%. Sin embargo, en millones de dólares el PIB 2011 fue menor a \$61,121 a diferencia del 2012 que fue de \$64,186. El PIB per cápita se incrementó de \$4,004 en el período 2011 a \$ 4,135 en el 2012. Los sectores que mejor desempeño tuvieron y aportaron al PIB 2012 son administración pública 5,2%, construcción 2,7%, explotación de minas y cantera 2,3%, agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca 0,4%, industria manufacturera 0,4%, comercio 0,6% y otros servicios 1,1% (Banco Central de Ecuador, 2011).

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

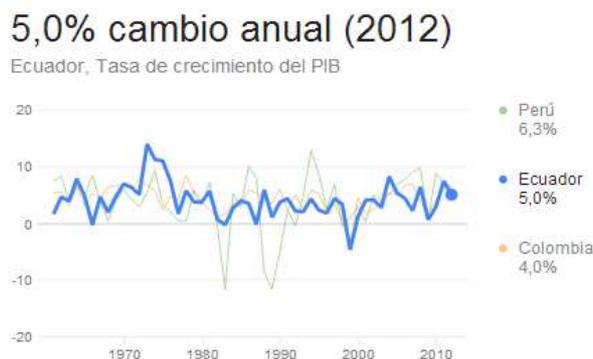


Ilustración 4: PIB Anual
Fuente: (Banco Mundial, 2013)

- **Inflación:**

La inflación anual del precio al consumidor (IPC) en el año 2012 fue de 4,16%, por la tendencia se espera que este año continúe bajando. (Banco Central del Ecuador, 2013)

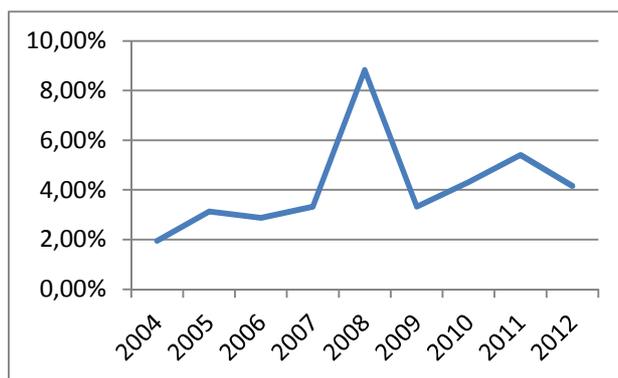


Ilustración 5: Inflación 2004-2012
Elaborado por: El Autor
Fuente: (INEC, 2012)

- **Tasa de interés :**

En el periodo comprendido de 2012 a 2013, el Banco Central del Ecuador reportó que la tasa de interés activa se mantendrán al 11,20% para pequeñas, medianas y grandes empresas. (Banco Central del Ecuador, 2013). A continuación se detalla la variación de la tasa de interés desde el 2009 al 2013.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

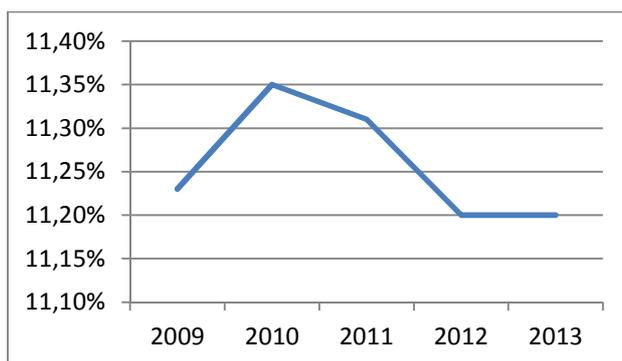


Ilustración 6: Variación en tasa de interés 2009-2013
Elaborado por: El Autor
Fuente: (INEC, 2013)

El Presidente del Banco Central del Ecuador indicó que se estima que el crecimiento económico del país, en el transcurso del 2013, sea superior al 4% (Banco Central del Ecuador, 2013).

Entorno Social

En la última década el Ecuador se ha visto atraído por modelos exitosos de estrategias y sistemas de fidelización de clientes, sin embargo al verse este modelo afectado por la nueva ley antimonopolios algunos establecimientos masivos han decidido ofertar gratuitamente las tarjetas de descuentos en sus locales, paralelamente a esto otros establecimientos han decidido dejar de afiliar a sus clientes ya que dejan de recibir el valor de afiliación y no tienen como autofinanciar el carnet. Esto hizo incluso que bajen de calidad del tipo de tarjeta hasta llegar al punto que algunos establecimientos ofrecen una tarjeta de cartón o en algunos solo con la cedula de identidad te brindan el descuento.

Así mismo se pierde la atracción de una tarjeta de descuento ya que cualquier cliente tiene acceso a ese descuento lo que hace más bien se vuelva una reducción del precio general disfrazada de beneficio para los clientes. Como consecuencia la población guayaquileña se ha llenado de tarjetas de descuentos sin darle mayor uso a las mismas.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Entorno Tecnológico

La tecnología y la informática en el Ecuador se ha desarrollado ampliamente caminando al ritmo internacional eso favorece al entorno tecnológico ya que constantemente existen nuevas opciones, menores costos y sobre todo una abierta y mejor opción al momento de imprimir un carné. Los precios y las calidades varían según la procedencia de las máquinas. Sucede lo mismo con las cámaras fotográficas que se utilizan para la toma de fotos de las credenciales, antes en el Ecuador hablar de cámaras fotográficas era hablar de costosas y equipos exclusivos que muy pocas personas podían tener, con el avance de la tecnología y el desarrollo de las cámaras digitales la industria de la fotografía se ha desarrollado mucho y ha dado un giro en su modelo de negocio del clásico rollo fotográfico a las pequeñas y espaciosas tarjeta de memoria.

4.2. Macro, Meso y Micro

El entorno macro del presente trabajo de titulación es la ciudad de Guayaquil, la cual tiene 4'024,929 habitantes proyectados para el 2014, siendo la ciudad más poblada en el Ecuador y más productiva (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011). En Guayaquil, existe alta demanda en los diversos sectores comerciales, es referente regional en el ámbito económico, tributario financiero, político, social y ambiental. En los últimos años ha tenido una regeneración urbana que ha desarrollado mucho el sector turístico y el comercio.

El entorno meso es en el que se encuentra la industria de la publicidad, la cual se ha desarrollado lentamente en la última década en el país, sin embargo la reciente aprobada Ley de Comunicación favorece a la industria como lo dice Adrián Burgos presidente de la agencia Leika "la industria publicitaria local se ha visto afectada por las redes de agencias y redes de marcas que venden al país "packings" (paquetes) de productos, sin embargo con la nueva Ley habrá un incremento de los servicios nacionales" (EL TELÉGRAFO, 2013)

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

El entorno micro está compuesto por todas las empresas y negocios que ofrecen el servicio de carnetización para empresas e instituciones, el cual la mayoría de estas son pequeños negocios informales que imprimen carnés de todo tipo y a un bajo precio. Pocas empresas ofrecen el carné con la red de beneficios, otras ofrecen fotografías adicionales, colgantes para las identificaciones, etc. Existe una empresa en el mercado denominada Redlinks que es la que tiene mayor porcentaje de participación de mercado y ofrece un servicio similar al de la tarjeta "BOONUS" con un precio elevado.

4.3. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

De acuerdo a los datos de la empresa IPSA Group, el monto de la inversión publicitaria en Ecuador ascendió a 862.5 millones de dólares el año 2009 (inversión bruta a tarifa publicada), lo que representa 2.60% menos de lo invertido el año 2008, cuando la inversión fue de 885.7 millones. Estas cifras incluyen la publicidad empleada en las campañas políticas. El impacto de la crisis económica mundial y la expectativa frente a las medidas económicas del gobierno provocaron que se redujera el presupuesto publicitario (IPSA, 2010)

Diario El Universo, consultó a varios publicistas ecuatorianos sobre el desempeño de la industria publicitaria el año 2009, y éstas fueron sus respuestas:

- El decrecimiento en el mercado que fue del orden del 12% al 15%, si no se considera la publicidad política (EL UNIVERSO, 2009)
- El decrecimiento en la industria publicitaria tuvo su origen en el recorte de los presupuestos de marketing de algunas empresas, como producto de la disminución de ventas en varias categorías. También, por las dificultades logísticas y operativas que las compañías debieron resolver cuando se implementaron las salvaguardias a inicios del año 2009.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Fausto Maruri, Gerente de Maruri Comunicaciones, que es una de las empresas más importantes de publicidad en Ecuador, coincide en señalar que el decrecimiento en el sector publicitario se debe principalmente a los cupos de importación y la subida de aranceles a las empresas importadoras. “Esto ha afectado sus ventas y, por ende, sus presupuestos de comunicación”

- Según Miguel Salazar, Presidente de la agencia La Facultad, la baja en las ventas no es solo una percepción, pues el ambiente político también ha incidido para que el mercado publicitario se reduzca.

Según datos de la empresa Infomedia, la inversión publicitaria bruta creció solo el 1% el año 2009, mostrando que el mercado ha tenido el menor crecimiento de los últimos cuatro años.

Cabe destacar que las campañas políticas, candidaturas y gobierno aportaron 68 millones de dólares al total de la inversión publicitaria en 2009. Sin pauta política, el mercado habría declinado 11% versus el año 2008.

4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

Las tarjetas de identificación personal se encuentran en su etapa de crecimiento ya que con la tecnología y la informática pasan desarrollándose constantemente nuevos tipos y calidades con mayores seguridades y mejores precios.

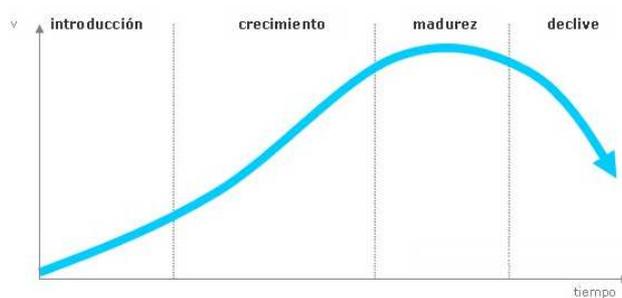


Ilustración 7: Ciclo de Vida del Mercado
Fuente: Google

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.5. Matriz BCG

En el gráfico a continuación se detalla la matriz Boston Consulting Group de la tarjeta “BOONUS”.



Ilustración 8: Boston Consulting Group
Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación Personal

En la ilustración anterior podemos observar que el tipo de carné que la tarjeta “BOONUS” está ofreciendo es de participación alta y crecimiento bajo, esto quiere decir que se encuentra en el cuadrante verde. Esta matriz nos sirve para darnos cuenta que en un largo plazo se debe mejorar el tipo de identificación que se ofrece ya que con los avances tecnológicos los productos se vuelven más prácticos y funcionales.

4.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

La tarjeta “BOONUS” se encuentra en una fase de introducción al mercado de la ciudad de Guayaquil, sin embargo el segmento de identificación personal constantemente crece ya que va de la mano con el desarrollo de la tecnología e informática. Esto impulsa a que se abra una amplia gama de productos y servicios que pueden ser ofertados en el mercado desde el control de accesos a instituciones y empresas del país hasta manejo de procesos electrónicos como votaciones, etc.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

4.7. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.

Amenazas de nuevos entrantes al sector:

La barrera de entrada para nuevos competidores del sector es alta, ya que necesitan mantener una red de establecimientos afiliados que brinde promociones y beneficios a los tarjetahabientes. Pese a que el costo de inversión es bajo es importante para poder conseguir los establecimientos, manejar un número importante de tarjetahabientes y poder negociar un beneficio para todos ellos.

Amenaza de posibles productos sustitutos:

La amenaza de los posibles productos sustitutos es media ya que son tarjetas sin valor agregado e informal, que solo brindan el servicio de carnetización y ofrecen el servicio a un costo menor en comparación al mercado.

Poder de negociación con los proveedores:

El poder de negociación con los proveedores es baja ya que si bien es cierto en el mercado guayaquileño hay pocos proveedores de suministros para la impresión de identificaciones personales de la calidad que FUSIVISIÓN S.A. ofrece, sin embargo la mayoría de estos se encuentran en la ciudad de Quito o en el exterior y no es muy difícil su contacto para adquirir los suministros. Los principales factores de poder de negociación con los proveedores son el crédito que se puede conseguir, los costos de los productos por la compra en economía de escala, la actualización del software y la necesidad de nuevas y modernas maquinas cuando necesite actualizarlas.

Poder de negociación con los clientes:

El poder de negociación con los clientes es bajo ya que por lo general toda institución realiza carnetización a sus miembros. Así mismo a los establecimientos afiliados les interesa poder llegar al mercado meta y a través de esta industria es una buena oportunidad.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Rivalidades entre competidores existentes:

La rivalidad entre competidores es baja ya que cada uno busca acaparar mayor mercado, existe poca competencia y esto hace que la competencia sea por valor agregado como el servicio, la calidad, establecimientos afiliados, etc.

Conclusión:

En conclusión es una industria muy atractiva ya que al no existir muchos competidores se compite más contra calidad que contra cantidad y eso permite manejar mejores márgenes de utilidad por el servicio. En cuanto a proveedores de suministros pese a que en Guayaquil no hay muchos, se puede conseguir en otras provincias como Quito o Cuenca. En caso de que se cuente con el capital se puede utilizar la opción de importar directamente, esto puede convenir a la empresa por la reducción de costos o por el poder que otorga al convertirse en variable de negociación con los proveedores como, tiempo de entrega de suministros, crédito, descuentos, etc. Al existir gran cantidad de clientes la tendencia de compra tiende a inclinarse por la diferenciación, el cual es un tipo una variable del valor agregado que deberá ser tomada en cuenta en el presente trabajo de titulación.

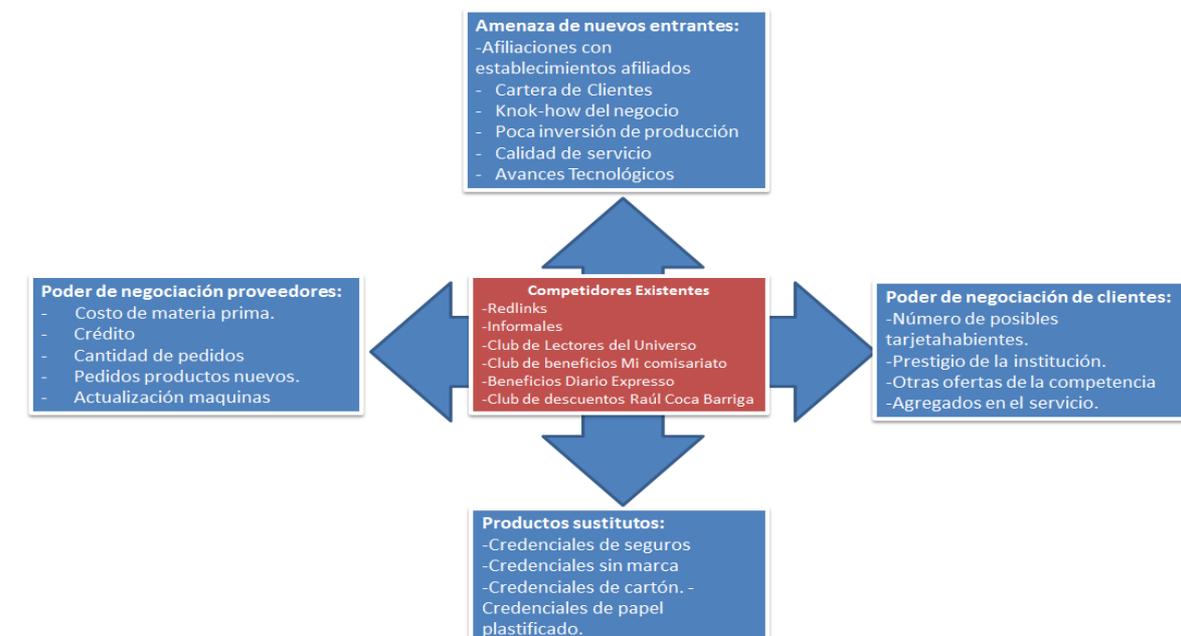


Ilustración 9: Fuerzas de Porter
Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación personal

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

4.8. Análisis de la Oferta

4.8.1. Tipo de Competencia

La Tarjeta "BOONUS" tiene la siguiente competencia:

- Directa: Redlinks y negocios informales de carnetización.
- Indirecta: Tarjetas de identificación de aseguradoras.

4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

El mercado real de la tarjeta "BOONUS" es la cantidad total de alumnos, de instituciones académicas, miembros de gremios, empresas y otros tipos de instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

Instituciones	# de miembros
Estudiantes Escuelas y Colegios	185380
Estudiantes Universidades	140000
Trabajadores de Empresas	139304
Gremios	50000
Otras instituciones	50000
TOTAL	564684

Tabla 3: Mercado potencial

Elaborado por: El Autor

Nota: Los valores de gremios y otras instituciones son valores referenciales según la investigación que se hizo de agremiados en la ciudad de Guayaquil.

Instituciones	# de miembros
Estudiantes Escuelas y Colegios	92690
Estudiantes Universidades	45000
Trabajadores de Empresas	55420
TOTAL	143110

Tabla 4: Mercado real

Elaborado por: El Autor

4.8.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Competidores	Liderazgo	Antigüedad	Categorías	Ubicación	Precios
Redlinks	Alto	9 años	Identificación con red de beneficios	Norte	\$2.70 - \$3.80
Informales	Bajo	-	Todo tipo de identificación personal	Centro	\$0.80 - \$1.40

Tabla 5: Características de los competidores

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación Personal

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contraestrategia de la Empresa

La empresa Redlinks tiene la mayoría de establecimientos educativos tanto de sección como primaria, secundaria y universitaria. Al ser la única empresa que ofrece el servicio con una red de beneficios se vuelve una opción muy atractiva al momento que un establecimiento busque una empresa que le brinde el servicio de carnetización. Mantiene un precio relativamente elevado por la carencia de competencia con igual o mejor valor agregado que la que esta ofrece. En redes sociales tienen un punto débil muy fuerte ya que no tienen un buen manejo por lo que no mantienen un buen contacto con el cliente



Ilustración 10: Cuenta de twitter - Redlinks

Elaborado por: El Autor

Fuente: Internet

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"



Ilustración 11: Cuenta de Facebook - Redlinks

Elaborado por: El Autor

Fuente: Internet

Como contra estrategia a la empresa Redlinks se ofrecerá un servicio agregado de láminas de seguridad en las identificaciones personales ya que las de ellos simplemente son con impresión térmica, las identificaciones serán impresas térmicamente y tendrán una lámina de seguridad que impedirá la fácil falsificación de las mismas. A través de redes sociales y correos masivos se manejará diferentes activas y constantes campañas de comunicación con los usuarios de las tarjetas y con los establecimientos afiliados.

4.9. Análisis de la Demanda

4.9.1. Segmentación de Mercado

En el siguiente gráfico se detalla la segmentación del mercado de clientes del presente trabajo de titulación.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

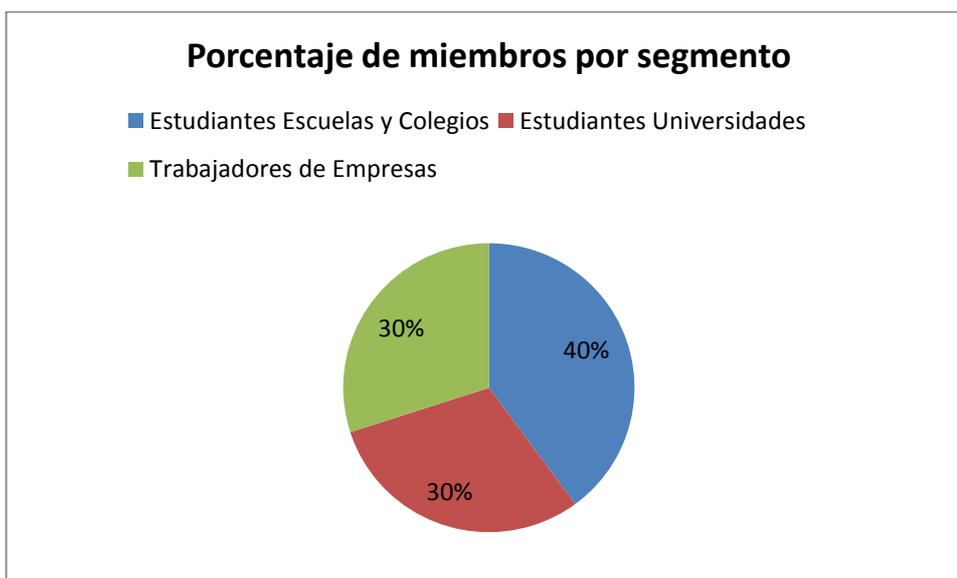


Gráfico 1: Porcentaje de miembros por segmento
Elaborado por: El Autor

4.9.1.1. Criterio de Segmentación

Escuelas y Colegios

- Ubicación: Ciudad de Guayaquil.
- Nivel social: medio, medio alto, alto.
- Mercado objetivo: Rectores de escuelas y colegios de la ciudad de Guayaquil.

Universidades

- Ubicación: Ciudad de Guayaquil.
- Nivel social: medio, medio alto, alto.
- Mercado objetivo: Rectores o directores administrativos de universidades de Guayaquil.

Empresas

- Ubicación: Ciudad de Guayaquil
- Nivel social: Todo nivel
- Mercado objetivo: Gerente general de la empresa o jefe de compras.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Gremios

- Ubicación: Ciudad de Guayaquil
- Nivel social: medio bajo, medio, medio alto, alto.
- Mercado objetivo: Presidentes de gremios

Otras instituciones

- Ubicación: Ciudad de Guayaquil
- Nivel social: Todo nivel
- Mercado objetivo: Principales encargados de instituciones públicas o privadas

4.9.1.2. Selección de Segmentos

Como segmentos para nuestro mercado objetivo seleccionaremos a las escuelas y colegios, universidades y empresas ya que son las que porcentualmente más representan en usuarios.

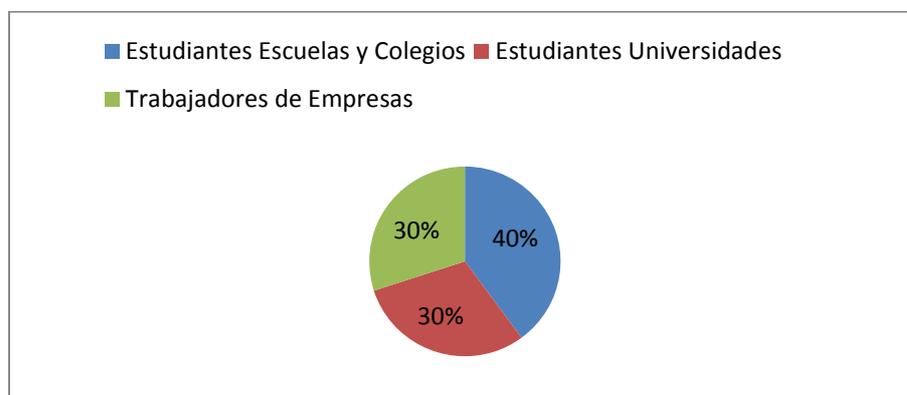


Gráfico 2: Selección de segmento
Elaborado por: El Autor

4.9.1.3. Perfiles de los Segmentos

Los clientes de cada segmento de la tarjeta "BOONUS" deberán cumplir los siguientes perfiles:

Escuelas y Colegios

- Ubicación: Guayaquil.
- Nivel social: medio, medio alto, alto.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

- Cantidad de miembros: superior a 500 estudiantes.

Universidades

- Ubicación: Guayaquil
- Nivel social: medio, medio alto, alto.
- Cantidad de miembros: superior a 1000 estudiantes.

Empresas

- Ubicación: Guayaquil
- Nivel social: Todo nivel
- Cantidad de miembros: Superior a 100 colaboradores.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.10. Matriz FODA



Ilustración 12: FODA
Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Personal

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

4.11. Investigación de Mercado

4.11.1. Método

Los métodos que se van a utilizar en la investigación de la Tarjeta "BOONUS" son cualitativos: entrevista a profundidad, y cuantitativos: encuesta

Las entrevistas a profundidad fueron realizadas a tres personas de cargos importantes de posibles establecimientos afiliados y a tres personas de cargos importantes de instituciones posibles clientes de la tarjeta "BOONUS"

Se realizaron 380 encuestas en la ciudad de Guayaquil entre el 05 de Septiembre del 2013 y el 30 de Septiembre del 2013.

4.11.2. Diseño de la Investigación

4.11.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)

Objetivo General: Determinar la aceptación de la tarjeta "BOONUS" y detectar las principales necesidades e intereses de los usuarios, clientes y establecimientos afiliados.

Objetivos Específicos:

- Determinar uso de la tarjeta de identificación personal de las instituciones y empresas.
- Identificar que tarjetas de descuento poseen las personas del mercado objetivo.
- Identificar si usan las tarjetas que poseen.
- Determinar en que usan las tarjetas que poseen.
- Conocer que segmento de beneficios prefieren los usuarios (entretenimiento y diversión, salud y belleza, educación, compras, comida y restaurantes)

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Obtener información sobre las cadenas preferidas por las personas del mercado objetivo.
- Identificar preferencias de beneficios especiales en cada uno de los segmentos.
- Averiguar otros beneficios especiales que les gustaría a las personas del mercado objetivo.
- Analizar nivel de agrado de la idea de negocio.
- Analizar nivel de disposición de uso de la tarjeta.
- Conocer los requerimientos de los establecimientos afiliados para dar un beneficio.
- Conocer las necesidades satisfechas e insatisfechas de los establecimientos afiliados con las tarjetas de beneficios.
- Identificar nivel de aceptación de la tarjeta “BOONUS” entre los establecimientos afiliados.
- Identificar satisfacción con sistema de tarjetas de descuento.
- Conocer los valores estimados de pago por el servicio de carnetización.
- Principales intereses de clientes de tarjetas de identificación personal para su institución o empresa.
- Aceptación de la tarjeta “BOONUS” entre posibles clientes.

4.11.2.2. Tamaño de la Muestra

TAMAÑO DE LA MUESTRA	
Muestra	384
Número de sigmas “s”	1.96
Variabilidad “p”	0.5
Variabilidad “q”	0.5
Margen de error	0.05

Tabla 6: Tamaño de la muestra

$$N = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

Ilustración 13: Fórmula Tamaño de la muestra

Elaborado por: El Autor

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

4.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

4.11.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

Entre el 5 de septiembre del 2013 y el 23 de septiembre del 2013 se desarrolló tres entrevistas a profundidad a rectores, vicerrectores, gerentes generales, jefe de compras o su equivalentes en empresas e instituciones que puedan ser posibles clientes de la Tarjeta "BOONUS", Entre el 5 de septiembre del 2013 y el 23 de septiembre del 2013 realizaremos tres entrevistas a profundidad a gerentes generales, gerentes de marketing o su equivalente en empresas que puedan ser con quienes se cierre los convenios con establecimientos afiliados a la red de beneficios.

El formulario de las entrevistas que se les realizó se encuentran en el ANEXO# 3 y ANEXO# 4

Factores Relevantes

A los entrevistados se les indicó que la entrevista será grabada, ninguno de los entrevistados se opuso. Las entrevistas a cada uno duraban aproximadamente 15 minutos y posterior a la grabación se realizó la transcripción de las grabaciones las cuales se encuentran en el capítulo 13 del presente trabajo de titulación, titulado, material complementario.

En vista a que eran personas muy ocupadas se agendó citas con cada uno con una semana de anticipación.

4.11.2.3.2. Concluyente (Encuesta)

Para obtener resultados cuantitativos en la investigación de mercado se procedió a desarrollar una encuesta (ANEXO#5)

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

a 380 personas de 12 años de edad en adelante, de un nivel socio-económico medio para arriba (usuarios a los cuales está dirigida la red de beneficios)

4.11.2.4. Análisis de Datos

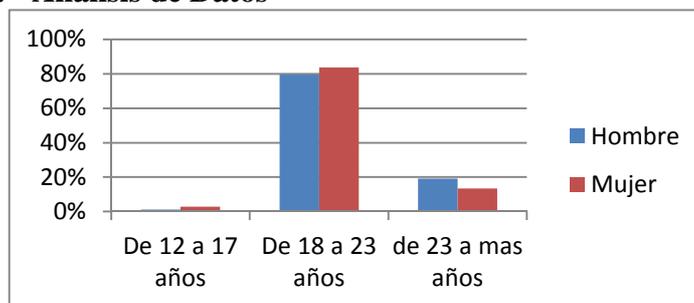


Gráfico 3: rango de edad vs sexo de encuestados

Edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	Porcentaje
De 12 a 17 años	1%	3%	21%
De 18 a 23 años	80%	84%	82%
de 23 a más años	19%	13%	16%
Total	Porcentaje	100%	100%
	Base	172	208

Tabla 7 : rango de edad vs sexo de encuestados

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de Mercado

¿Tiene identificación personal donde estudia o trabaja?

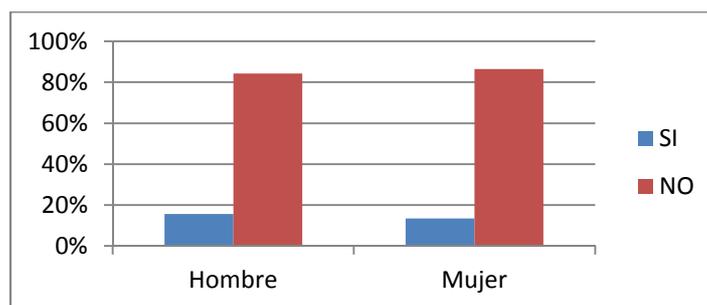


Gráfico 4: ¿Tiene identificación personal?

¿Tiene identificación personal en la institución que trabaja o estudia?	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	Porcentaje
SI	16%	13%	14%
NO	84%	87%	86%
Total	Porcentaje	100%	100%
	Base	172	208

Tabla 8: ¿Tiene identificación personal?

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de Mercado

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

¿Le da uso a la identificación en “Descuentos y beneficios en locales comerciales”?

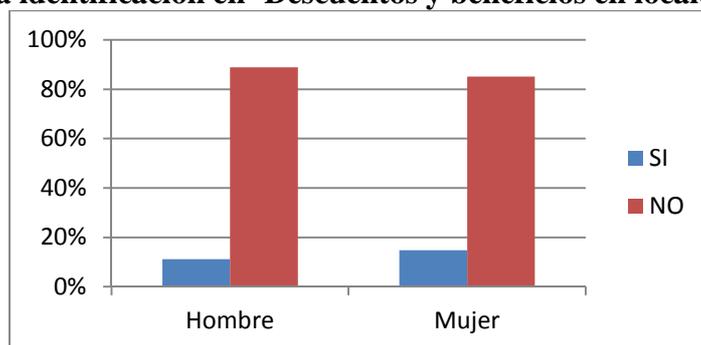


Gráfico 5: Uso en descuentos y beneficios en locales comerciales

	Sexo		Total	
	Hombre	Mujer	Porcentaje	
Descuentos y Beneficios en locales comerciales Total	SI	11%	15%	13%
	NO	89%	85%	87%
	Porcentaje	100%	100%	100%
	Base	27	27	54

Tabla 9: Uso en descuentos y beneficios en locales comerciales

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

¿Le da el uso a la identificación para “Entrar o salir de la institución” (lugares internos)?

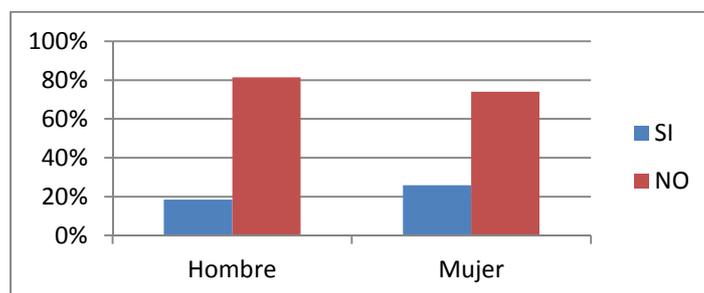


Gráfico 6: Uso para entrar o salir de la institución (lugares internos)

	Sexo		Total	
	Hombre	Mujer	Porcentaje	
Entrar o Salir de la institución (Lugares internos) Total	SI	19%	26%	22%
	NO	81%	74%	78%
	Porcentaje	100%	100%	100%
	Base	27	27	54

Tabla 10: Uso para entrar o salir de la institución (lugares internos)

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿Le da uso a la identificación como "Identificación Personal"?

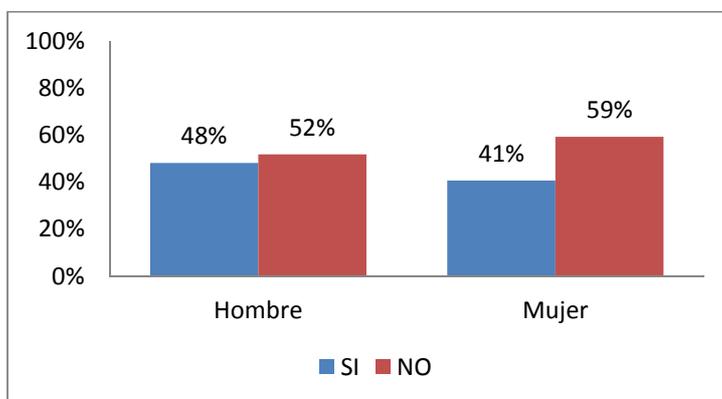


Gráfico 7: Uso como identificación personal

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	Porcentaje
Identificación Personal	SI	48%	41%	44%
	NO	52%	59%	56%
Total	Porcentaje	100%	100%	100%
	Base	27	27	54

Tabla 11: Uso como identificación personal

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

¿Si – Le da uso? - GENERAL?

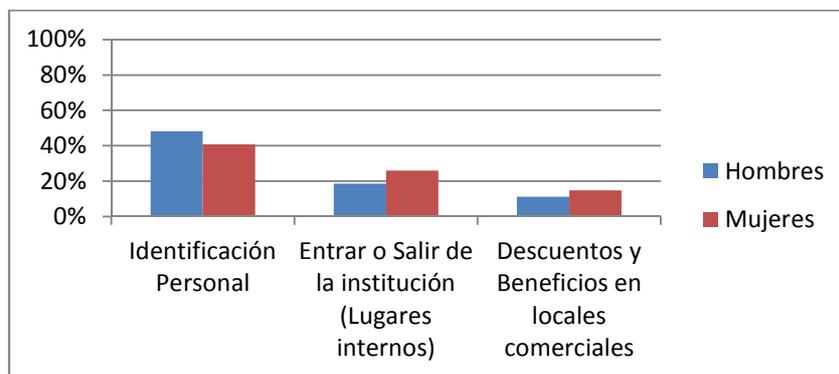


Gráfico 8: Uso – General

	Identificación Personal	Entrar o Salir de la institución (Lugares internos)	Descuentos y Beneficios en locales comerciales
Hombres	48%	19%	11%
Mujeres	41%	26%	15%
Base			54

Tabla 12: Uso - General

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿Tiene alguna de las siguientes tarjetas de descuentos?

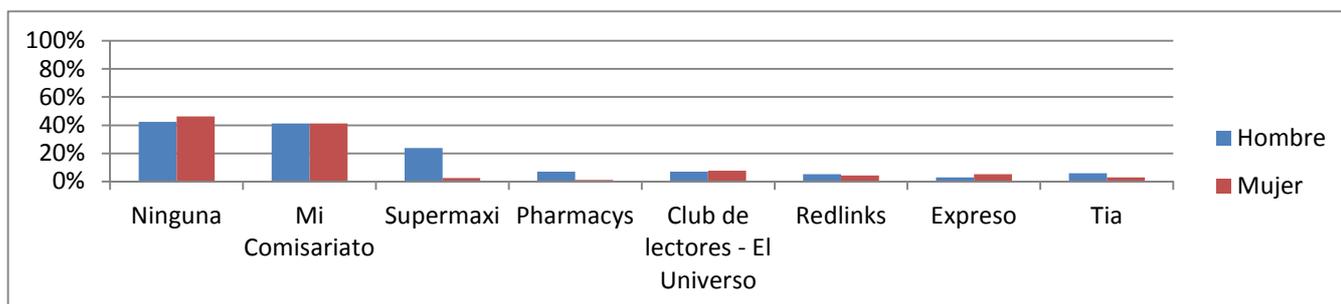


Gráfico 9: ¿Que tarjetas de descuento tienen los encuestados?

Tarjeta de descuento	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	Total
Ninguna	42%	46%	44%
Mi Comisariato	41%	41%	41%
Supermaxi	24%	2%	24%
Pharmacys	7%	1%	9%
Club de lectores - El Universo	7%	8%	7%
Redlinks	5%	4%	5%
Expreso	3%	5%	4%
Tía	6%	3%	2%
Base	172	208	380

Tabla 13: ¿Qué tarjetas de descuento tienen los encuestados?

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

¿Usa la tarjeta? (Mi Comisariato, Supermaxi, Redlinks, Club de Lectores de El Universo)

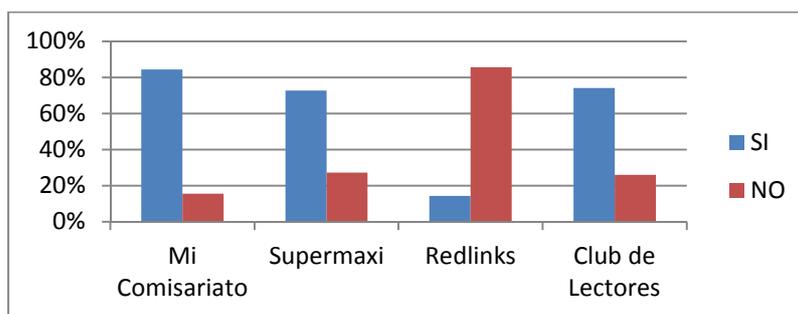


Gráfico 10: ¿Usa la tarjeta?

	Mi Comisariato	Supermaxi	Redlinks	Club de Lectores
SI	84%	73%	14%	74%
NO	16%	27%	86%	26%
BASE	58	33	14	27

Tabla 14: ¿Usa la tarjeta?

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

¿En qué más usa la tarjeta? (Mi Comisariato, Supermaxi, Redlinks)

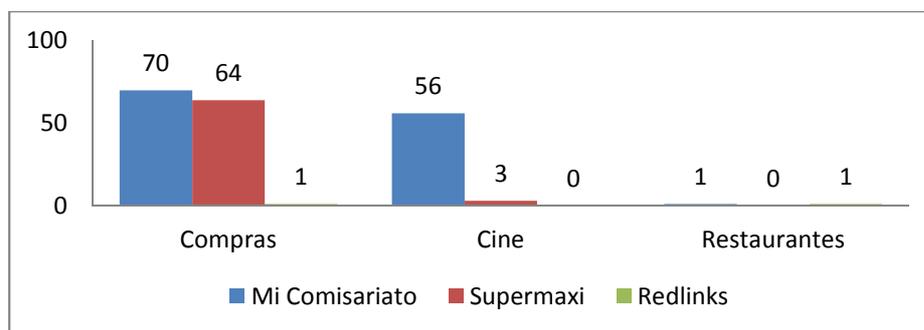


Gráfico 11: ¿En qué es lo que más usa la tarjeta?

	Compras	Cine	Restaurantes	BASE
Mi Comisariato	70	56	1	127
Supermaxi	64	3	0	67
Redlinks	1	0	1	2

Tabla 15: ¿En qué es lo que más usa la tarjeta?

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

¿Segmento de preferencia?

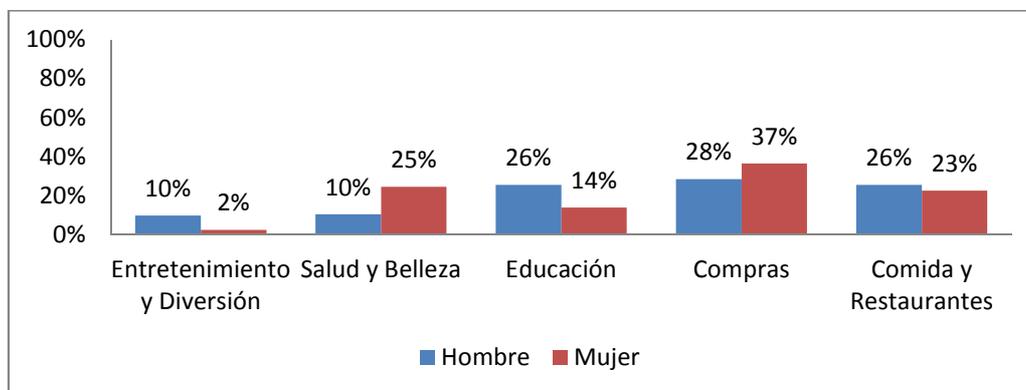


Gráfico 12: ¿Cuál es el segmento de preferencia de los encuestados?

	Hombre	Mujer	%
Entretenimiento y Diversión	10%	2%	6%
Salud y Belleza	10%	25%	18%
Educación	26%	14%	19%
Compras	28%	37%	33%
Comida y Restaurantes	26%	23%	24%
Porcentaje	100%	100%	100%
Base	172	208	380

Tabla 16: ¿Cuál es el segmento de preferencia de los encuestados?

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿Qué Locales prefiere en Entretenimiento?

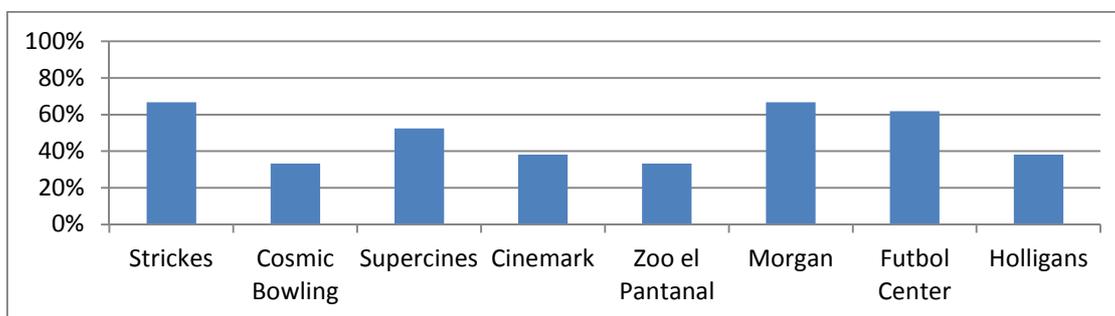


Gráfico 13: ¿En qué es lo que más usa la tarjeta?

Entretenimiento	Total
Strickes	67%
Cosmic Bowling	33%
Supercines	52%
Cinemark	38%
Zoo el Pantanal	33%
Morgan	67%
Futbol Center	62%
Holligans	38%
Base	21.0

Tabla 17: ¿En qué es lo que más usa la tarjeta?

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación de mercado

¿Qué Locales prefiere en Salud y Belleza?

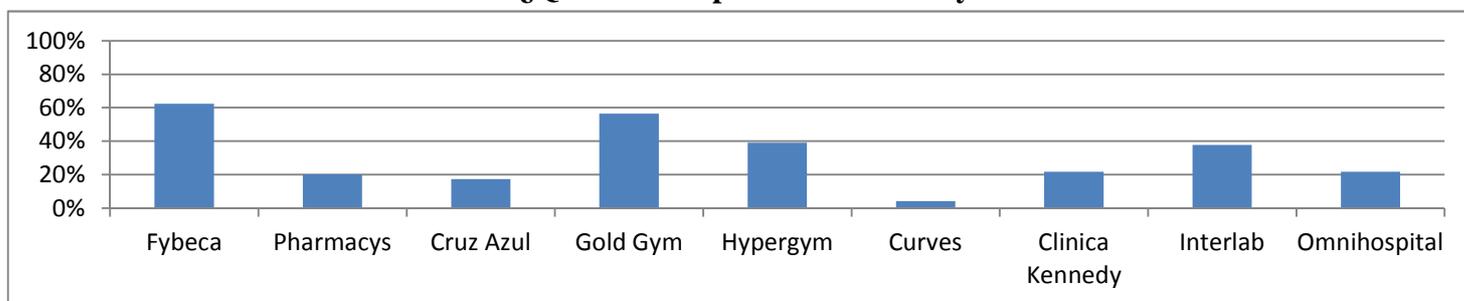


Gráfico 14: ¿Qué locales prefiere en Salud y Belleza?

Salud y Belleza	Total
Fybeca	62%
Pharmacys	20%
Cruz Azul	17%
Gold Gym	57%
Hypergym	39%
Curves	4%
Clinica Kennedy	22%
Interlab	38%
Omnihospital	22%
Base	33

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación de mercado

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿Qué Locales prefiere en comida y restaurantes?

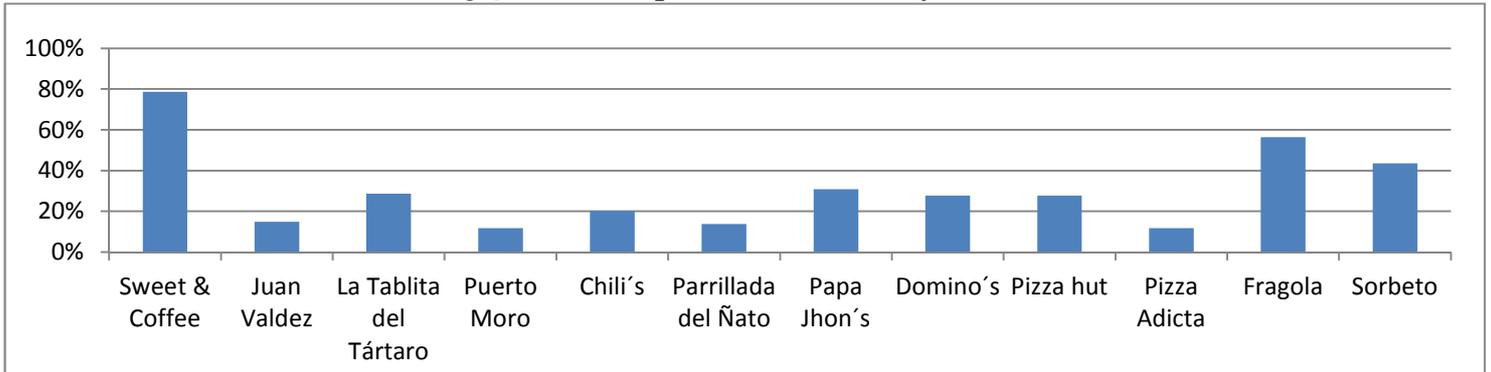


Gráfico 15: ¿Qué locales prefiere en comida y restaurante?

Comida y Restaurante	Total
Sweet & Coffee	79%
Juan Valdez	15%
La Tablita del Tártaro	29%
Puerto Moro	12%
Chili's	20%
Parrillada del Ñato	14%
Papa Jhon's	31%
Domino's	28%
Pizza hut	28%
Pizza Adicta	12%
Fragola	56%
Sorbeto	44%
Base	94

Tabla 18: ¿Qué locales prefiere en comida y restaurante?

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación de mercado

¿Qué Locales prefiere en educación?

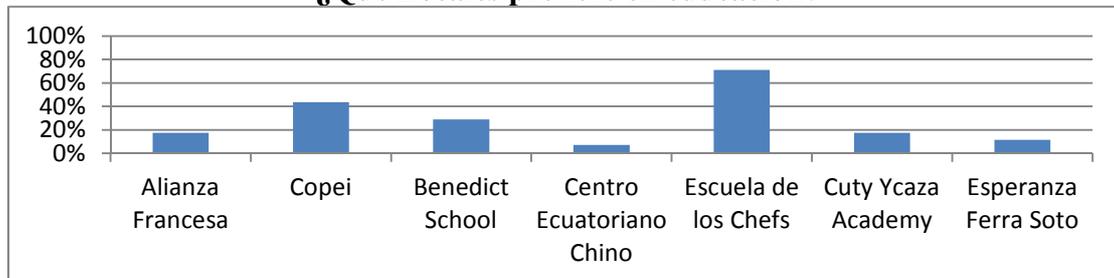


Gráfico 16: ¿Qué locales prefiere en educación?

Educación	Total
Alianza Francesa	17%
Copei	44%
Benedict School	29%
Centro Ecuatoriano Chino	7%
Escuela de los Chefs	71%
Cuty Ycaza Academy	17%
Esperanza Ferra Soto	12%
Base	69

Tabla 19: ¿Qué locales prefiere en educación?

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación de mercado

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

¿Qué Locales prefiere en compras?

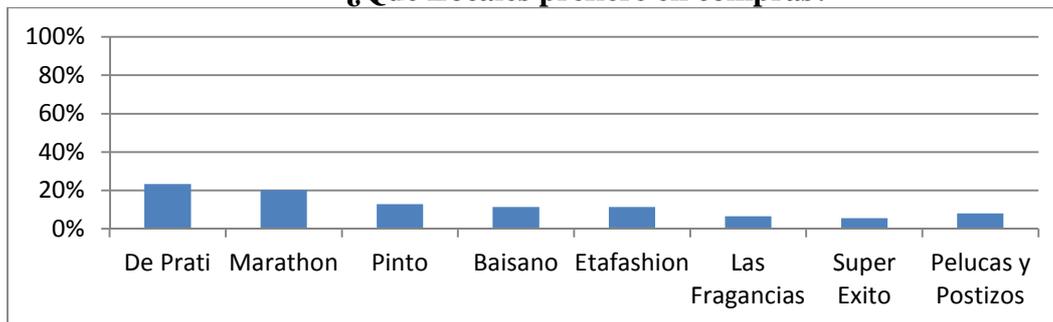


Gráfico 17: ¿Qué locales prefiere en educación?

Compras	Total
De Prati	23%
Marathon	20%
Pinto	13%
Baisano	11%
Etafashion	11%
Las Fragancias	7%
Super Éxito	6%
Pelucas y Postizos	8%
Base	124

Tabla 20: ¿Qué locales prefiere en educación?

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

¿Qué tipo de promoción o beneficio prefiere en entretenimiento?

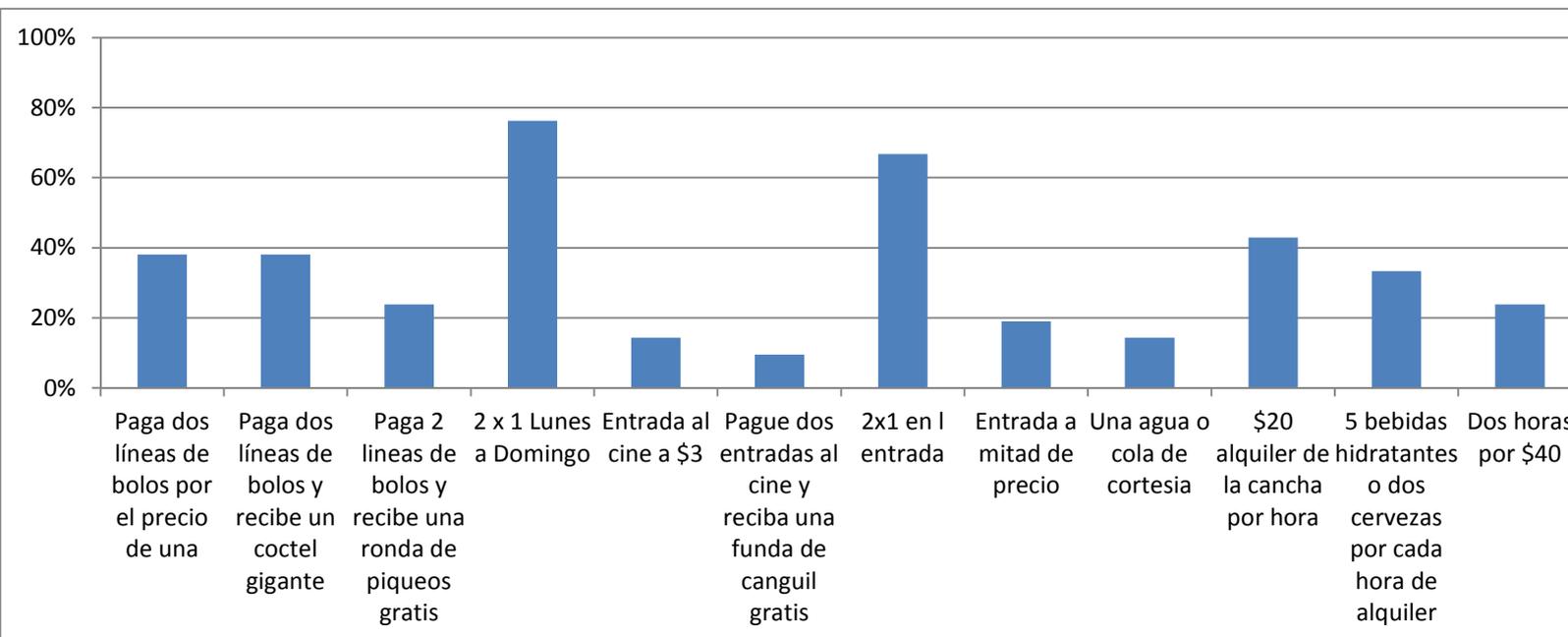


Gráfico 18: Beneficios en locales de entretenimiento

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

BENEFICIOS – ENTRETENIMIENTO	Total
Paga dos líneas de bolos por el precio de una	38%
Paga dos líneas de bolos y recibe un coctel gigante	38%
Paga 2 líneas de bolos y recibe una ronda de piqueos gratis	24%
2 x 1 Lunes a Domingo	76%
Entrada al cine a \$3	14%
Pague dos entradas al cine y reciba una funda de canguil gratis	10%
2x1 en 1 entrada	67%
Entrada a mitad de precio	19%
Una agua o cola de cortesía	14%
\$20 alquiler de la cancha por hora	43%
5 bebidas hidratantes o dos cervezas por cada hora de alquiler	33%
Dos horas por \$40	24%
Base	21

Tabla 21 Beneficios en locales de entretenimiento

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

¿Qué tipo de promoción o beneficio prefiere en Salud y Belleza?

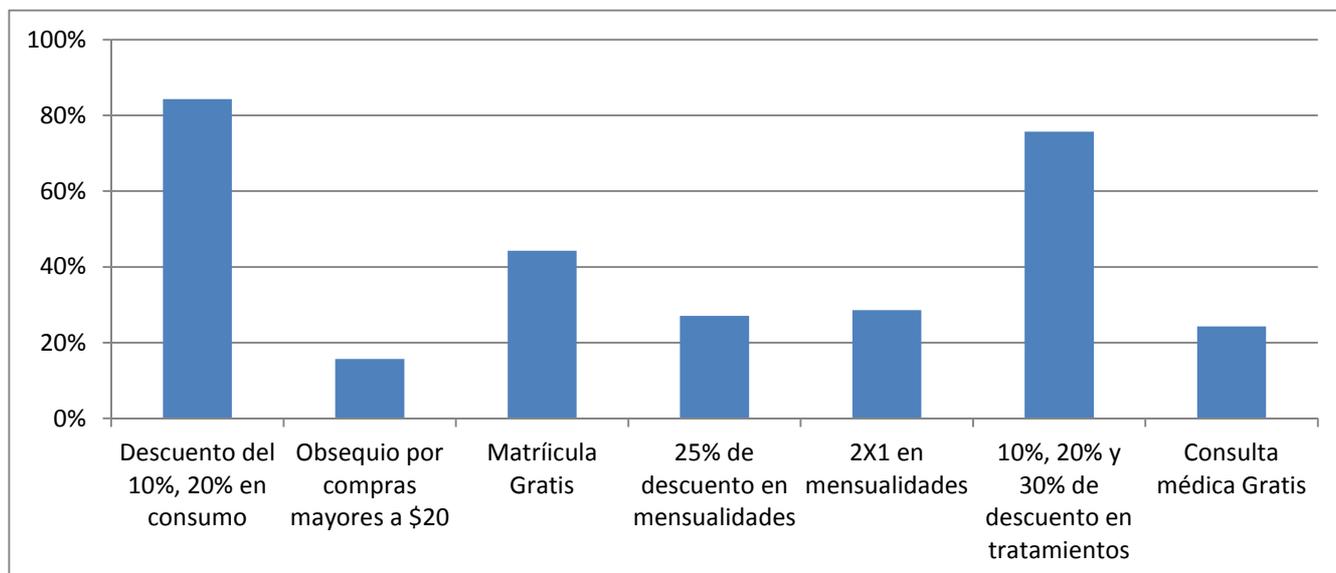


Gráfico 19: Beneficios en locales de entretenimiento

BENEFICIOS – SALUD Y BELLEZA	Total
Descuento del 10%, 20% en consumo	84%
Obsequio por compras mayores a \$20	16%
Matrícula Gratis	44%
25% de descuento en mensualidades	27%
2X1 en mensualidades	29%
10%, 20% y 30% de descuento en tratamientos	76%
Consulta médica Gratis	24%
Base	33

Tabla 22: Beneficios en locales de entretenimiento

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿Qué tipo de promoción o beneficio prefiere en Comida y Restaurante?

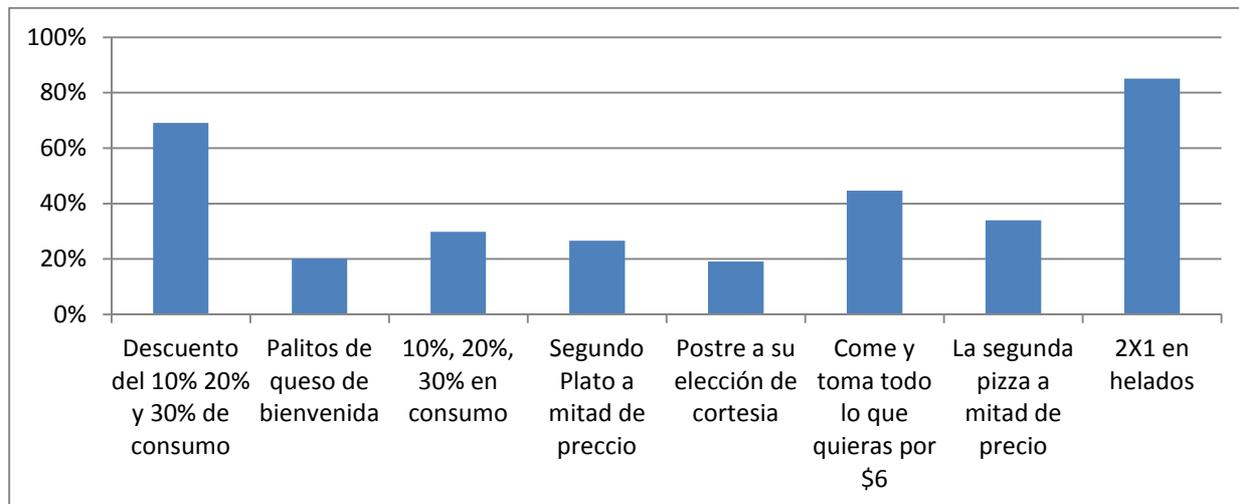


Gráfico 20: Beneficios - Comida y Restaurantes

BENEFICIOS – COMIDA Y RESTAURANTES	Total
Descuento del 10% 20% y 30% de consumo	69%
Palitos de queso de bienvenida	20%
Por compra superiores a \$10 una botella de agua	11%
10%, 20%, 30% en consumo	30%
Segundo Plato a mitad de precio	27%
Porción de papas o patacones de bienvenida	10%
Postre a su elección de cortesía	19%
Bebida de cortesía	9%
Come y toma todo lo que quieras por \$6	45%
La segunda pizza a mitad de precio	34%
Envío a domicilio gratis	11%
2X1 en helados	85%
Botella de agua gratis	7%
Base	94

Tabla 23: Beneficios - Comida y Restaurantes

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación de mercado

¿Qué tipo de promoción o beneficio prefiere en Educación?

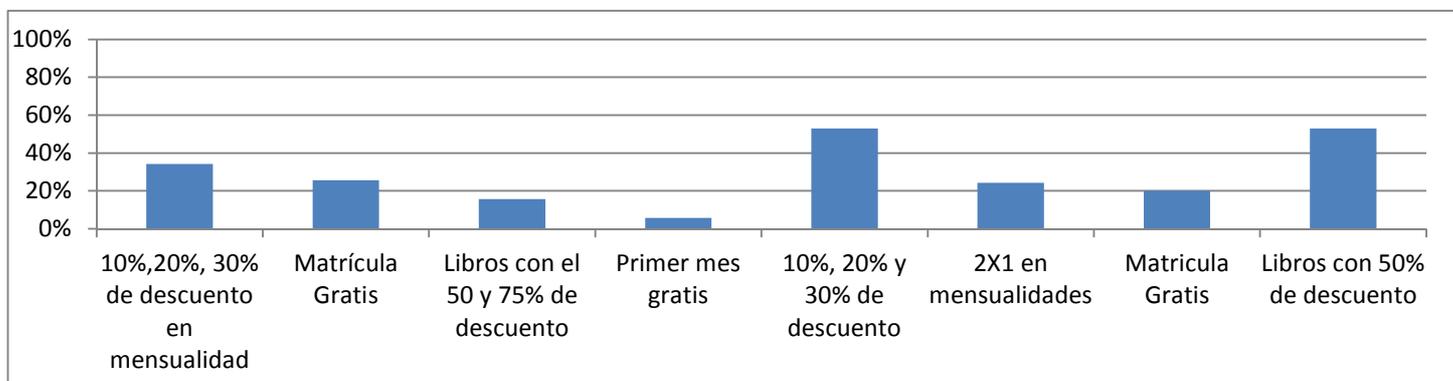


Gráfico 21: Beneficios - Educación

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

BENEFICIOS – EDUCACIÓN	Total
10%,20%, 30% de descuento en mensualidad	34%
Matrícula Gratis	26%
Libros con el 50 y 75% de descuento	16%
Primer mes gratis	6%
10%, 20% y 30% de descuento	53%
2X1 en mensualidades	24%
Matricula Gratis	20%
Libros con 50% de descuento	53%
Base	70

Tabla 24: Beneficios - Educación
Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación de mercado

¿Qué tipo de promoción o beneficio prefiere en Compras?

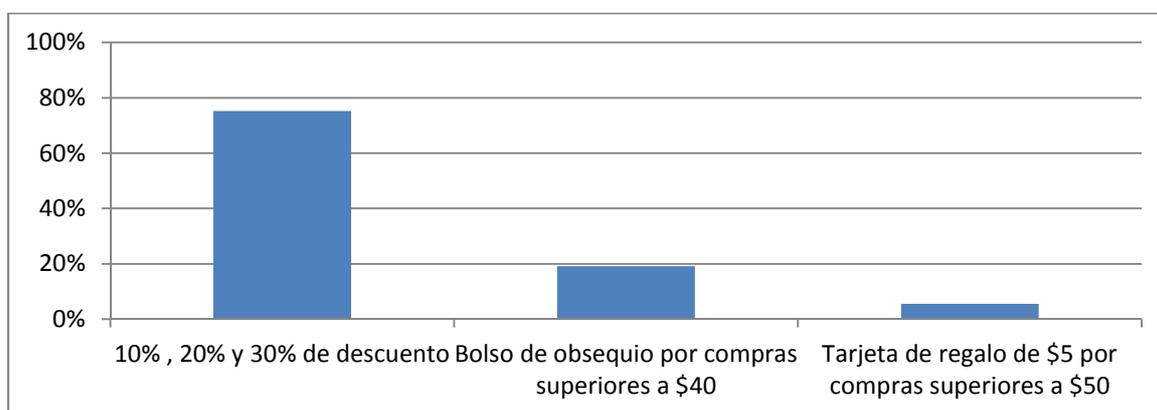


Gráfico 22: Beneficios en locales de entretenimiento

BENEFICIOS - COMPRAS	Total
10% , 20% y 30% de descuento	75%
Bolso de obsequio por compras superiores a \$40	19%
Tarjeta de regalo de \$5 por compras superiores a \$50	6%
Base	125

Tabla 25: Beneficios en las compras
Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación de mercado

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿Qué otro beneficio que no se haya nombrado le gustaría que el establecimiento afiliado le ofrezca?

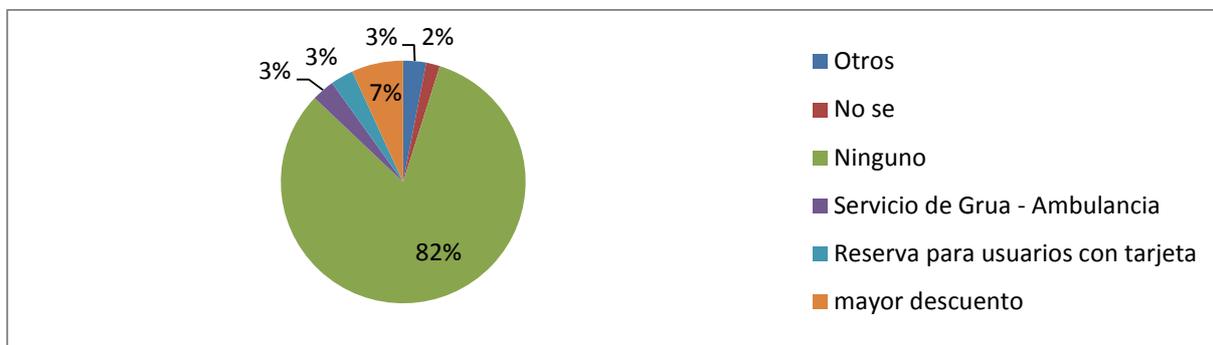


Gráfico 23: Beneficios en locales de entretenimiento

Beneficios no nombrado	
Otros	3%
No se	2%
Ninguno	82%
Servicio de Grúa - Ambulancia	3%
Reserva para usuarios con tarjeta	3%
mayor descuento	7%
Porcentaje	100%
Base	380

Tabla 26: Beneficios en locales de entretenimiento

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

¿Nivel de Agrado?



Gráfico 24: Beneficios en locales de entretenimiento

NIVEL DE AGRADO	Hombre	Mujer
Me desagrada mucho	1%	0%
Me desagrada	1%	0%
Ni me agrada ni me desagrada	10%	7%
Me agrada	35%	27%
Me agrada mucho	53%	66%
BASE	172	208

Tabla 27: Beneficios en locales de entretenimiento

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿NIVEL DE DISPOSICIÓN?

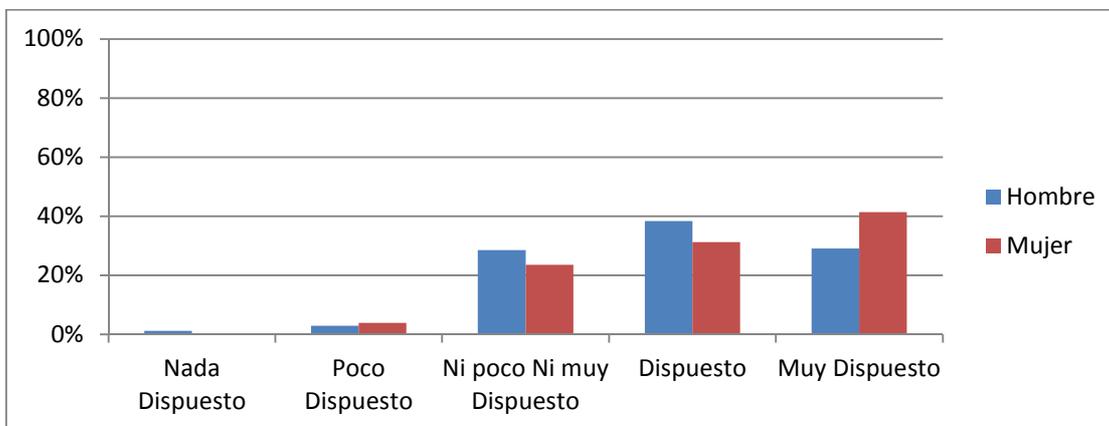


Gráfico 25: Beneficios en locales de entretenimiento

	Hombre		Mujer	
	Porcentaje	Base	Porcentaje	Base
Nada Dispuesto	1%	172	0%	208
Poco Dispuesto	3%	172	4%	208
Ni poco Ni muy Dispuesto	28%	172	24%	208
Dispuesto	38%	172	31%	208
Muy Dispuesto	29%	172	41%	208
Base	100%	172	100%	208

Tabla 28: Beneficios en locales de entretenimiento

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de mercado

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.11.2.5. Resumen e interpretación de resultados

El estudio de mercado realizado en la ciudad de Guayaquil aporta la siguiente información importante para el desarrollo del presente trabajo de titulación.

- El 86% aproximadamente de personas que trabajan y/o estudian no poseen identificación personal de la institución a la que pertenecen.
- Los hombres y mujeres que tienen identificación personal principalmente la usan como identificación para ingresar y salir al centro de trabajo o estudio.
- Apenas el 11% de mujeres y el 15% de hombres que poseen identificación, la usan para descuentos y beneficios en establecimientos comerciales.
- Las tarjetas con red de beneficios más utilizadas por las personas son: Club de beneficios de Mi Comisariato, Supermaxi, Redlinks y Club de lectores de El Universo.
- La mayoría de personas que posee la identificación de Mi Comisariato, Supermaxi y Club de lectores de El Universo sí usan los beneficios, sin embargo no ocurre lo mismo con los usuarios de la tarjeta Redlinks, apenas el 14% de los que la tienen la usan.
- Los tres principales segmentos de preferencia de los hombres son: compras, comida y restaurantes y educación; Las tres principales preferencias de las mujeres son: Compras, Salud y Belleza y Comida y Restaurantes.
- En la sección de Entretenimiento los encuestados prefieren Strickes, Supercines, zoológico El Pantanal, y Futbol Center con un beneficio de 2X1 de Lunes a Domingo.
- En la sección de salud y belleza prefieren Farmacias Fybeca, Gold Gym y Laboratorios Interlab con un 10%, 20% y 30% de descuento en compras, consumo o mensualidades.
- En la sección de comida y restaurantes los encuestados prefieren Sweet & Coffee, pizzería Papa John’s, La Tablita del Tártaro y helados Frágola

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

con 10%, 20% y 30% de descuento en su compra o dos por uno en la compra.

- En la sección de educación prefieren a la Escuela de los Chefs, Copei y Benedict School con 10%, 20% y 30% de descuento en cursos tomados.
- En la sección de compras los encuestados prefieren: De Prati, Marathon, y Pinto con 10%, 20% y 30% de descuento en su compra de ropa.
- Como beneficio adicional a los que se les nombró a los encuestados, les agradaría obtener mayor descuento en los establecimientos afiliados, que se le ofrezca servicio de grúa y ambulancia gratis en caso de emergencia o reserva de mesas por portar la tarjeta “BOONUS”. Cabe recalcar que la mayoría de encuestados consideran que no hace falta algún otro tipo de beneficio aparte de los nombrados.
- La tarjeta “BOONUS” tiene un nivel de agrado muy alto ya que entre todo los encuestados el rango quedó entre “Me Agrada” y “Me Agrada Mucho”
- Los encuestados indican que en caso de poseer la tarjeta “BOONUS” mantendrían una disposición a usarla muy alta.
- Los establecimientos afiliados demuestran un alto interés en ofrecer un descuento exclusivo y superior a cambio de un mejor servicio de las tarjetas de descuentos.
- Los posibles clientes entrevistados indican que la idea es novedosa y estarían interesados en contratar los servicios siempre y cuando los beneficios sean atractivos.

4.11.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

Luego de haber realizado la investigación de mercado concluimos lo siguiente:

- La tarjeta “BOONUS” sí sería utilizada por los usuarios ya que el que sean beneficios superiores y exclusivos es un valor agregado muy importante y diferenciador.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- La tarjeta “BOONUS” mantiene una alta aceptación por parte de los potenciales usuarios.
- Se logró identificar los establecimientos de preferencia y las promociones que más les llamaría la atención a los potenciales usuarios de la tarjeta “BOONUS”
- Se determinó que el 15% de los encuestados sí poseen identificación personal en la institución a la que pertenecen y que el 66% de los encuestados posee alguna tarjeta de descuento. Esto indica que sí se combina la identificación personal con descuentos en establecimientos comerciales aumentaría el interés de tener y usar la identificación personal, ya que generaría ahorro.
- Las principales tarjetas de descuento son utilizadas más de un 80% por parte de sus portadores. Esto indica que si los beneficios son atractivos las personas si utilizan las tarjetas.
- El resultado de las encuestas indica que la tarjeta “BOONUS” tiene un nivel de agrado entre “me agrada mucho” y “me agrada”.
- El resultado de las encuestas indica que la tarjeta “BOONUS” tiene el nivel de “Dispuesto” a utilizar la tarjeta.

4.11.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

- Los encuestaron indicaron que aspiran a que los beneficios sean realmente atractivos.
- Sugerir e indicar a las instituciones y empresas la importancia de poseer una identificación personal con su personal, ya que son muy pocas las personas que poseen esta identificación en sus lugares de estudio o trabajo.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

4.12. Cuantificación de la Demanda

4.12.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

Como mercado potencial inicialmente están todas las escuelas, colegios y universidades como también las empresas o instituciones públicas y privadas de Guayaquil.

Establecimientos	Miembros
Escuelas y Colegios	185,389
Universidades	140,000
Empresas	139,304
TOTAL	464,864

Tabla 29: Mercado Potencial

Establecimientos	Miembros
Escuelas y Colegios	92,695
Universidades	84,000
Empresas	83,582
TOTAL	260,277

Tabla 30: Mercado Insatisfecho

Elaborado por: El Autor

Fuente: INEC, Superintendencia de Compañías, CES, Ministerio de Educación.

La gran ventaja es que muy pocas instituciones identifican a sus estudiantes o a su personal que la conforman, eso se convierte en una oportunidad no solo para que puedan beneficiarse de los descuentos y promociones de la red de beneficios, sino también de los beneficios que algunos centros de interés y medios de transporte general como biblioteca General de Guayaquil, Metrovía, Buse, aerolíneas, etc. Otorgan a quienes se identifican como estudiantes o miembros de alguna institución u organización.

4.12.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback.

En la siguiente tabla se muestra la proyección de ventas por cinco años con un incremento anual del 8% en las ventas.

VENTAS PROYECTADAS EN 5 AÑOS					
VENTAS	2014	2015	2016	2017	2018
CARNÉS VENDIDOS	\$ 165,607.20	\$ 179,086.80	\$ 199,196.81	\$ 221,565.02	\$ 246,445.00

Tabla 31: Proyección de Ventas

Elaborado por: El Autor

Fuente: Estudio económico – financiero del presente proyecto

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General:

Introducir y dar a conocer la marca "BOONUS" en el mercado de empresas, colegios y universidades de la ciudad de Guayaquil.

Objetivo Específico:

- Obtener una participación del 15% del mercado en un periodo no mayor a un año.
- Implementar acciones específicas de promoción para los clientes con el propósito de mantener su fidelidad.
- Hacer reconocida la red de beneficios como una buena opción de promoción para los establecimientos comerciales.
- Estar en el primer puesto en el Top of mind de los usuarios de tarjetas de beneficios en el segundo año de funcionamiento en la ciudad de Guayaquil.

5.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

La tarjeta "BOONUS" utilizará una estrategia de penetración directa de mercado ya que esta industria se encuentra en crecimiento y es necesario ingresar agresivamente. Captando los mejores establecimientos comerciales para que formen parte de la red, la tarjeta "BOONUS" se diferenciará ante la competencia por mantener beneficios exclusivos y superiores para los usuarios en relación a las otras tarjetas del mercado.

Esta estrategia se aplicará realizando activaciones en escuelas, colegios universidades y empresas, principalmente en eventos masivos como olimpiadas, kermeses, elecciones de reina, eventos masivos de los clientes. etc.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

5.1.1.2. Cobertura

El mercado a cubrirse con la tarjeta "BOONUS" será en la ciudad de Guayaquil, inicialmente se la ofrecerá en los colegios, escuelas, universidades y principales empresas con más de cien integrantes y nivel socioeconómico medio en adelante.

5.2. Posicionamiento

5.2.1. Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.

La tarjeta "BOONUS" se encuentra en una etapa de introducción en el mercado guayaquileño, con una postura estratégica y agresiva en establecimientos comerciales de la red de beneficios de la tarjeta. Su atracción radica en ser la líder en el mercado con beneficios superiores y especiales. Se realizarán campañas de carnetización en los colegios, escuelas, universidades y empresas con la finalidad de conseguir mayor cantidad de tarjetahabientes y ganar mayor poder de negociación con los establecimientos afiliados.

La estrategia de posicionamiento de la tarjeta "BOONUS" tiene como objetivo introducir la marca "BOONUS" en los estudiantes y colaboradores de empresas e instituciones públicas y privadas.

Los principales atributos de la tarjeta es ser de buena calidad, manejar buen precio y los mejores beneficios del mercado.

La percepción de calidad de la tarjeta es alta ya que los índices y estándares de producción son de primer nivel. Utilizando materia prima calificada, máquinas con garantía y en condiciones excelentes.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Ilustración 14: Logo BOONUS
Elaborado por: El autor

5.2.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV)

La Valoración del Activo de la Marca con sus siglas en inglés Brand Asset Valuator se utiliza para evaluar las marcas en base a cuatro percepciones de los consumidores. (Thelabyr, 2012)

VALORACIÓN DEL ACTIVO DE LA MARCA	
Diferenciación	Beneficios exclusivos y superiores en los establecimientos afiliados a la red de descuentos.
Relevancia	Se espera que el atractivo de la marca la convierta en una opción importante para el mercado al que se dirige.
Estima	El estima que la marca logre desarrollar será en base al buen concepto que esta logre recibir de los usuarios, clientes y establecimientos afiliados.
Conocimiento	El uso masivo de esta tarjeta y la satisfacción que los beneficios traigan al usuario generará un conocimiento en el mercado generado por el marketing boca a boca.

Tabla 32: BAV
Elaborado por: El Autor

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

La estrategia de la tarjeta “BOONUS” será enfocarse en la diferenciación del mercado con sus atractivos beneficios superiores y exclusivos en los establecimientos comerciales de la red de beneficios.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.1.1. Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.

La tarjeta “BOONUS” es un plástico PVC impreso térmicamente a full color y con una lámina de seguridad con la finalidad de que no pueda ser falsificada fácilmente. Esta tarjeta mantendrá una serie de beneficios en establecimientos comerciales afiliados a la red.

El slogan es “Beneficios que se traducen en dinero”, este slogan reúne el concepto de “ahorro” y “beneficios” que se busca transmitir con una frase corta, mensaje claro y directo. (ELERGONOMISTA, 2012)

Producto Esencial	Producto Real	Producto Aumentado
Tarjeta como identificación de instituciones públicas y privadas	La Tarjeta “BOONUS” como marca de tarjeta de identificación personal impresa térmicamente a full color.	La Tarjeta “BOONUS” cómo tarjeta de identificación personal con una red de establecimientos afiliados con descuentos y beneficios superiores y exclusivos.

Tabla 33: Producto
Elaborado por: El Autor

5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.

La tarjeta “BOONUS” es elaborada en un carnet de PVC impreso térmicamente a full color en la parte delantera y a blanco y negro en la parte de atrás. Al momento de la impresión se la ingresa en un protector de cartulina impresa con la marca, artes corporativos e información importante para el usuario de la tarjeta.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En caso de que a algún usuario se le pierda la tarjeta personal de su institución por la que fue identificado, se le solicitará para obtener nuevamente la tarjeta traiga un certificado que aún trabaja en la empresa, certificado de estar matriculado o su equivalente acompañado del depósito de cinco dólares en la cuenta de la empresa. La toma de foto y entrega será inmediata. En caso de que alguien encuentre la tarjeta deberá acercarse a las oficinas de la tarjeta “BOONUS” a devolverla para ser entregada a la institución a la que pertenece. Para esto se incluirá el siguiente mensaje detrás de la tarjeta.



Ilustración 15: Posterior – Tarjeta BOONUS
Elaborado por: El Autor
Fuente: Creación personal

5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

El empaque de la tarjeta será un cobertor de cartulina impresa a full color con información importante para el usuario de la tarjeta acompañado de información del link donde pueden obtener el listado de

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

establecimientos comerciales con los beneficios y promociones respectivas en cada uno de los locales.

5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea

La Tarjeta "BOONUS" mantendrá la siguiente amplitud y profundidad de línea.

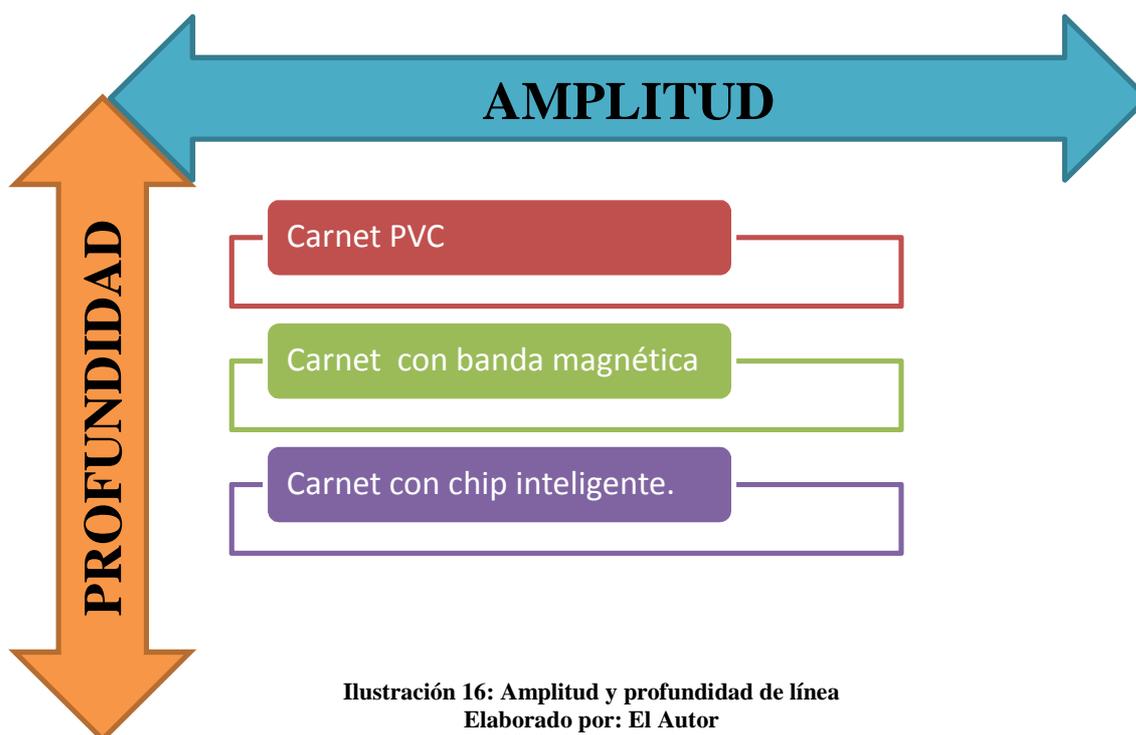


Ilustración 16: Amplitud y profundidad de línea
Elaborado por: El Autor

Nota: La amplitud de la tarjeta "BOONUS" es limitada a una sola línea con una profundidad de 3 tipos de carnet.

5.3.1.5. Marcas y Submarcas

La marca de esta tarjeta de descuentos es "BOONUS", la misma se usará para cualquier tipo de carnet en el que se impriman las identificaciones personales.

Es la marca la que habilitará a los usuarios de las tarjetas a ser acreedores a la red de establecimientos afiliados con beneficios, descuentos y promociones especiales.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

5.3.2. Estrategia de Precios

5.3.2.1. Precios de la Competencia

En la ciudad de Guayaquil, existen pocas *marcas de tarjetas* que brindan el servicio de identificación personal para instituciones públicas o privadas. Sin embargo existen varias empresas y microempresas informales que brindan el servicio de carnetización a las instituciones.

Redlinks en esta línea de negocio es la única que ofrece una red de beneficios en establecimientos afiliados a todos sus tarjetahabientes. Esta empresa maneja precios desde \$2.70 a \$3.80 por cada carnet.

Los informales tienen un precio en el mercado desde \$0.90 a \$1.75 por carnet sin embargo no ofrecen la red de beneficios en establecimientos comerciales y algunos tampoco la impresión inmediata de los carnets dentro de la institución.

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

Al ser empresas, instituciones académicas, instituciones públicas o privadas las que cancelan los carnets, no es de mayor preocupación el poder adquisitivo del mercado meta ya que por lo general cualquier institución incluye un presupuesto para carnetizar que por lo general va acorde al precio de mercado.

5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas

Las expectativas de los accionistas primero son de expansión y crecimiento ante que de rentabilidad en los primeros años. Se espera manejar una rentabilidad del 25% sobre activos a partir del tercer año. Se estima tener un crecimiento de las ventas anual del 6% en los primeros cinco años y una ampliación hasta tener cobertura a nivel nacional en los cinco primeros años de funcionamiento.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

5.3.2.4. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.

La política de precio irá acorde a la cantidad solicitada por la empresa, ya que se puede jugar con algunas variables para otorgar un descuento del 5% al 30% en el servicio de carnetización.

Según las necesidades de la institución contratante se puede negociar con otros beneficios que se puede ofrecer como: obsequios en eventos especiales masivos de la institución de los establecimientos afiliados que les interese promocionarse dentro de las instalaciones de esta institución. Fotos impresas para registro interno de la institución, broches para los carnets, etc. Todo depende de la negociación final al momento de la compra.

La forma de pago es 50% una vez aceptado el diseño de los carnets, y el otro 50% antes de iniciar la carnetización.

5.3.3. Estrategia de Plaza

5.3.3.1. Localización

5.3.3.1.1. Macro Localización

La tarjeta "BOONUS" tendrá como macro localización a la ciudad de Guayaquil, la cual para su distribución y logística tiene varias rutas y vías rápidas y seguras.

5.3.3.1.2. Micro Localización

Nuestras oficinas serán en la Francisco de Orellana en el Centro Comercial "La Gran Manzana" ya que es un punto estratégico para movilizarse a toda la ciudad y sobre todo seguro y sin mucho tráfico.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.3.1.3. Ubicación

La Dirección será Av. Francisco de Orellana Centro Comercial “La Gran Manzana” local 4.

5.3.3.1.4. Distribución del Espacio

La oficina de Guayaquil es de 95 mts² con la organización necesaria requiera.



Ilustración 17: Distribución del espacio
Elaborado por: El Autor
Fuente: Creación Personal

5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

La Tarjeta “BOONUS” utilizará el canal de distribución directo del fabricante al consumidor de la tarjeta.



Ilustración 18: Canal de distribución
Elaborado por: El Autor

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

Este inciso no aplica para el presente trabajo de titulación ya que la tarjeta “BOONUS” por el momento solo se desarrollará en la ciudad de Guayaquil.

5.3.3.2.3. Logística

La logística que la tarjeta “BOONUS” manejará está dividida en tres partes:

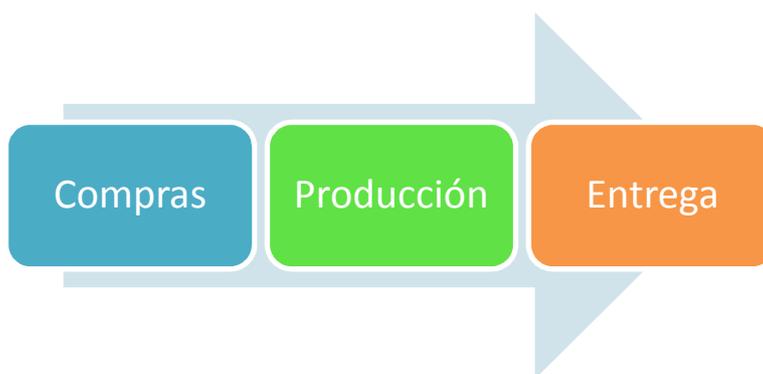


Ilustración 19: Logística
Elaborado por: El Autor

En el proceso de compras se realizará la compra de todos los suministros que se necesita para la elaboración de la identificación personal (carnet pvc, ribbons, kit de limpieza) se comprará la cantidad necesaria para el número de identificaciones que se irá a imprimir.

En la etapa de producción se procederá a la toma de fotos de los usuarios de las tarjetas e impresión de la tarjeta “BOONUS”. En la etapa final se entregará la identificación personal y se explicará la manera de uso en conjunto a un folleto con los establecimientos afiliados a la red de beneficios y los descuentos o promociones en cada uno de los locales.

5.3.3.2.4. Red de Ventas

La Tarjeta “BOONUS” mantendrá un equipo de ventas de dos personas en la ciudad de Guayaquil, que se encargará de visitar, ofrecer y conseguir clientes ya sean instituciones públicas o privadas como colegios, cámaras de comercio,

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

universidades, escuelas, empresas, etc. que superen los cien miembros por cada institución.

5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

La tarjeta "BOONUS" mantendrá como política de servicio al cliente el conseguir la plena satisfacción y cumplimiento de las cláusulas establecidas en el contrato para esto el Gerente de Servicio inspeccionará que esto se cumpla.

Como servicio de post-venta se manejará un contacto permanente con los clientes con la finalidad de mantener la fidelidad de los mismos. Se entregará un informe mensual sobre los nuevos establecimientos afiliados, los establecimientos más visitados por los tarjetahabientes de la institución y un listado de las identificaciones extraviadas que se hayan denunciado.

Para el servicio de quejas y reclamaciones se estará afiliado a www.quejate aqui.com.ec de tal manera que se mantendrá un sistema de aseguramiento de la calidad en las quejas y sugerencias de nuestros clientes y usuarios.

Al momento de la entrega de las identificaciones personales, en caso de que exista algún error de impresión ya sea por falla de impresión o error en la caligrafía de algún nombre se cambiará y entregará otra identificación esto servirá como política de devolución. En caso de que se busque realizar una devolución porque el usuario no se encuentre satisfecho de cómo salió en la foto no se aceptará esa devolución.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

5.3.4. Estrategias de Promoción

5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

Las estrategias que se implementarán serán de ATL y BTL:

ATL:

Se pautará cuñas radiales para la promoción de la tarjeta buscando llegar al sector juvenil y a todos los ahorros que pueden conseguir los jóvenes con el uso de la tarjeta "BOONUS".

BTL:

En los eventos masivos de las instituciones como olimpiadas, kermeses, y otros, se promocionará la tarjeta "BOONUS" como identificación personal y la red de beneficios especiales con carpas donde se realizarán concursos, se entregará premios, etc. Se manejará un contacto directo con los usuarios de la identificación.

Se entregará volantes en los establecimientos afiliados con las promociones que se tiene con cada uno de ellos, resaltando lo exclusivos y superiores que son los beneficios de las tarjeta "BOONUS"

5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

El concepto de la propuesta publicitaria de la tarjeta "BOONUS" será con un mensaje claro el cual radica en transmitir ahorro, beneficio e identificación personal al mercado meta de los usuarios de la tarjeta.

5.3.4.3. Promoción de Ventas

5.3.4.3.1. Venta Personal

La venta personal se realizará entre el gerente de ventas y un asesor de cuentas a través de visitas a los potenciales clientes la cual deberá cumplir con el siguiente procedimiento:

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

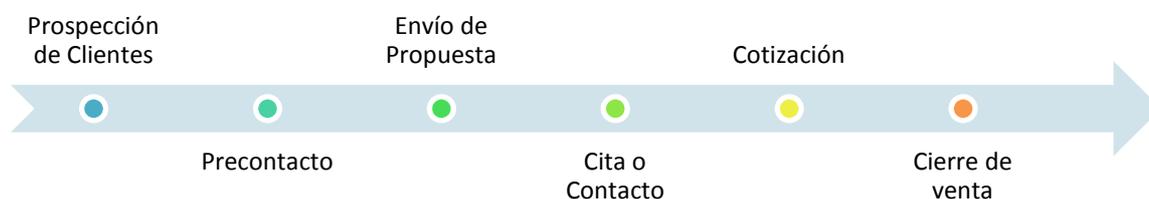


Ilustración 20: Proceso de la venta directa
Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Personal

5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

La Tarjeta “BOONUS” manejará constantes concursos ofreciendo premios a quienes interactúen en nuestra página web y redes sociales.

Previo al cierre de un contrato, se imprimirá una credencial muestra de cómo quedará finalmente el carnet.

5.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.

A los clientes se les ofrecerá muestras gratuitas, donde se les adjuntará un listado de los establecimientos afiliados y se les explicará las medidas de seguridad que se le ofrece con la tarjeta “BOONUS”. Según la cantidad solicitada se podrá ofrecer un descuento máximo del

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

15% del monto total. Como producto complementario se les puede ofrecer el porta carné y un cd con todas las fotos de sus miembros en digital.

5.3.4.4. Publicidad

5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

La tarjeta “BOONUS” tendrá como estrategia de lanzamiento una campaña agresiva por redes sociales y cuñas en las radios juveniles más escuchadas para llamar la atención de los potenciales usuarios. En los establecimientos afiliados se colocará roll-ups informativos y se tendrá modelos incentivando el uso de la identificación personal y los concursos en las redes sociales.

Para los establecimientos afiliados se les ofrecerá gratuitamente un pack publicitario de lanzamiento que incluya mailing masivo personal, campañas gráficas gratuitas, asesorías de marketing y publicidad, etc.

5.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

La tarjeta “BOONUS” tendrá un plan de medios a través de la agencia de publicidad ESTRATEGOS, enfocará su presencia, páginas web de las instituciones, eventos institucionales y se buscará costear esta publicidad a través de medios a través de canjes ya sea con el servicio de carnetización o con premios de nuestros establecimientos afiliados.

En la siguiente tabla se presenta el plan de medios.

Plan de Medios								
Medio	Ubicación	Tipo de Compra	Tiempo	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	COSTO FINAL
Página web BOONUS	WEB	Contado	Permanente	\$ 1,500.00	1	\$ 1,500.00	1	\$ 1,500.00
Google Adwords	Search	Contado	Todo el 2014	\$ 150.00	1	\$ 150.00	12	\$ 1,800.00
Mailing masivo	General	Contado	Todo el 2014	\$ 200.00	1	\$ 200.00	12	\$ 2,400.00
Pagina web colegio	WEB	Canje	Todo el 2014	\$ 1,000.00	1	-	1	-

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Pagina web colegio	WEB	Canje	Todo el 2014	\$ 1,000.00	1	-	1	-
Pagina web colegio	WEB	Canje	Todo el 2014	\$ 1,000.00	1	-	1	-

Tabla 34: Plan de Medios
Elaborado por: El Autor

5.3.4.4.3. Mindshare

La Tarjeta “BOONUS” iniciará sus actividades con un Mindshare nulo, el mismo que desde el inicio de funcionamiento se buscará que vaya incrementándose, se estima manejar un 55% en el primer año con una proyección del 15% anual de incremento.

5.3.4.4.4. Publicidad Blanca

Se aprovechará los eventos masivos que las instituciones organicen y asistan medios televisivos como olimpiadas, kermeses, elecciones de reina, entre otros, donde se buscará llamar la atención de los medios demostrando los beneficios que se ofrecen a los usuarios y las diversas campañas sociales que realizamos entre los miembros de la empresa, los establecimientos afiliados y los usuarios de la identificación.

5.3.4.4.5. Merchandising

La tarjeta “BOONUS” desarrollará plumas, gorras y maletas juveniles como artículos de merchandising para la promoción de la marca con artículos promocionales.

5.3.4.4.6. Relaciones Públicas

Las relaciones públicas de la tarjeta “BOONUS” consiste en dar a conocer al público en general los nuevos establecimientos afiliados a la red de beneficios, las nuevas instituciones carnetizadas y el ahorro que los usuarios de las identificaciones tienen con el uso de la tarjeta.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Esta información se enviará a través de boletines a revistas, periódicos, radios, canales de televisión, etc. De esta manera se ahorrará importantes cantidades de dinero como lo establece Wilson Mariño en su libro 100 Estrategias de publicidad para bajos presupuestos (2008)

5.3.4.4.7. Marketing Relacional

La tarjeta "BOONUS" usará la base de datos de clientes, para enviar información y mantener un marketing permanentemente creando una relación entre marca y el usuario, de esta manera se realizarán encuestas de satisfacción, preferencias de beneficios especiales, etc. Se evaluará la opción de contratar el servicio CRM On-demand de la empresa Salesforce a partir del sexto año de funcionamiento. Esta empresa es muy conocida a nivel mundial en marketing relacional.

5.3.4.4.8. Insight Marketing

La tarjeta "BOONUS" usará como estrategia de insight marketing el colocar un buzón físico en cada punto de impresión de la tarjeta "BOONUS" y también en su página web, donde se recogerá los pensamientos, críticas y sugerencias de los usuarios. Así mismo se desarrollarán encuestas cada tres meses a los usuarios, clientes y establecimientos afiliados para ir determinando los pensamientos y percepciones de las tarjetas de descuento.

5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.4.9.1. Estrategias de E-Commerce , E-Business e E-Marketing

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La tarjeta “BOONUS” solo manejará una estrategia de E-Marketing y esta se desarrollará de la siguiente manera:

Mailing:

Se enviará cada quince días un boletín electrónico promocionando cinco establecimientos afiliados con sus respectivos beneficios y promociones para los usuarios de las tarjetas “BOONUS”.

Redes Sociales:

A través de Twitter, Facebook e Instagram se manejarán los concursos interactuando con los cibernautas de cada una de estas comunidades sociales. Se sortearán premios de los establecimientos afiliados con la promoción de estos a través de los medios online.

Página Web:

La tarjeta “BOONUS” mantendrá una página web activa, donde actualizará los establecimientos comerciales afiliados, y los nuevos clientes que se van carnetizando .

5.3.4.4.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

La empresa Redlinks es la única de este medio que ofrece un servicio similar y esta no usa ninguna estrategia de E.Commerce ni E-Business. Si maneja una promoción Electrónica de E-Marketing, donde a través de su página web y sus redes sociales promocionan el servicio, realiza algunos sorteos sin embargo no tiene mayor interacción y resultados positivos con los cibernautas.

5.3.4.4.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La tarjeta “BOONUS” mantendrá una página web activa donde se promocionará los establecimientos afiliados, los descuentos y promociones. Aquí los visitantes podrán registrarse para recibir el boletín informativo. El dominio será www.boonus.com.ec, la página web tendrá las secciones de Home, Servicios, Red de Beneficios, Clientes y Contáctenos. Toda la página web será desarrollada en español como principal idioma de los guayaquileños.

5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Redlinks como principal competidor posee una promoción electrónica débil. Se enfoca en desarrollar campañas on-line como sorteos, concursos, entre otros, sin embargo no genera impacto porque no hacen interactuar a los cibernautas. El mailing masivo es utilizado por Redlinks como medio de comunicación, información y promoción a sus usuarios, sin embargo estos correos electrónicos llegan a la bandeja de correo no deseado y son vistos por muy pocas personas.

5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales

En los fan pages y redes sociales de la tarjeta BOONUS se desarrollará estrategias de marketing 3.0 como hacer fotos conjuntas, fotos en concordancia con las anteriores para transmitir mensaje, se espera llegar a los 20.000 seguidores en los dos primeros años de funcionamiento.

5.3.4.4.10.3. Marketing Social

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Mailing Masivo	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Roll Up	\$ 50.00	\$ 600.00
Mini Roll Up	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Tarjetas de Presentación	\$ 30.00	\$ 360.00
Carpetas Corporativas	\$ 75.00	\$ 900.00
TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 830.00	\$ 9,960.00

Tabla 35: Presupuesto publicitario
Elaborado por: El Autor
Fuente: Informe Económico – Financiero

5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Exempresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo, Proporción Gastos Financieros, Gastos de Marketing Mix; Contribución Unitaria del Beneficio.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades vendidas	55891	59244	62799	66567	68564
Ingresos por ventas	\$ 195,618.50	\$ 215,649.83	\$ 237,732.38	\$ 262,076.17	\$ 280,736.00
Total Ingresos	\$ 195,618.50	\$ 215,649.83	\$ 237,732.38	\$ 262,076.17	\$ 280,736.00
Costo de venta	\$ 38,956.03	\$ 43,950.50	\$ 48,916.91	\$ 54,444.52	\$ 58,881.75
Total Costos Variables	\$ 38,956.03	\$ 43,950.50	\$ 48,916.91	\$ 54,444.52	\$ 58,881.75
Contribución Marginal	\$ 156,662.47	\$ 171,699.33	\$ 188,815.47	\$ 207,631.65	\$ 221,854.25
Sueldos y salarios	\$ 86,022.40	\$ 108,944.00	\$ 119,838.40	\$ 131,822.24	\$ 145,004.46
Otros gastos administrativos	\$ 21,000.00	\$ 22,050.00	\$ 23,152.50	\$ 24,310.13	\$ 25,525.63
Gastos de publicidad	\$ 9,960.00	\$ 10,458.00	\$ 10,980.90	\$ 11,529.95	\$ 12,106.44
Depreciación	\$ 4,504.80	\$ 4,504.80	\$ 4,504.80	\$ 788.50	\$ 788.50
Amortización	\$ 1,190.80	\$ 1,190.80	\$ 1,190.80	\$ 1,190.80	\$ 1,190.80
Total Gastos Operativos	\$ 122,678.00	\$ 147,147.60	\$ 159,667.40	\$ 169,641.61	\$ 184,615.84
Utilidad Operativa	\$ 33,984.48	\$ 24,551.74	\$ 29,148.07	\$ 37,990.04	\$ 37,238.41
Gastos Financieros	\$ 2,822.72	\$ 2,317.04	\$ 1,751.73	\$ 1,119.74	\$ 413.23
Utilidad	\$ 31,161.76	\$ 22,234.70	\$ 27,396.35	\$ 36,870.30	\$ 36,825.18
Pago de utilidades a empleados	\$ 4,674.26	\$ 3,335.20	\$ 4,109.45	\$ 5,530.55	\$ 5,523.78
Utilidad antes de impuestos	\$ 26,487.49	\$ 18,899.49	\$ 23,286.90	\$ 31,339.76	\$ 31,301.41
Impuesto a la Renta	\$ 5,827.25	\$ 4,157.89	\$ 5,123.12	\$ 6,894.75	\$ 6,886.31
Utilidad / Perdida Neta	\$ 20,660.25	\$ 14,741.60	\$ 18,163.78	\$ 24,445.01	\$ 24,415.10

Tabla 36: Proporción de Gastos
Elaborado por: El Autor
Fuente: Estudio Económico – Financiero – Tributario del proyecto

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

La tarjeta “BOONUS” es una tarjeta de identificación con red de establecimientos afiliados en la ciudad de Guayaquil que brindan un beneficio, descuento o promoción exclusivos y superiores en el mercado. La producción de la tarjeta es bajo pedido y cierre de contrato por parte de los proveedores. El trabajo logístico de la producción tiene sus fases principales en la toma de fotos de las identificaciones personales, el diseño y la impresión de los mismos para su posterior entrega final.

6.1.1. Proceso Productivo

El proceso productivo de la tarjeta “BOONUS” se basa en varios pasos que garantizan la producción de la calidad y con la satisfacción del cliente esperada. En el Anexo ANEXO# 8 se encuentra el proceso productivo establecido por etapas.

6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

La tarjeta “BOONUS” tendrá el siguiente listado de equipos:

Infraestructura y Equipos	
Descripción	Cantidad
Escritorios de Oficina	9
Archivadores	9
Mesa de conferencia	1
Sillas de oficina	25
Mesas para servicio	1
Teléfono Panasonic	9
Pizarra	1
Acondicionadores de aire	2
Dispensador de agua	1
Computadoras	9
Impresora multifunción	9
Cámaras fotográficas	2
Impresoras de carnés	2
Laptops para servicio	2

Tabla 37: Inversión en Infraestructura y Equipos
Elaborado por: El Autor

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

6.1.3. Mano de Obra

La tarjeta "BOONUS" mantendrá en su equipo de trabajo a los detallados en el inciso 2.4.1 en el Gráfico #1.

6.1.4. Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN	
Máquinas de producción	2
Capacidad de producción por máquina	300
Capacidad de Producción total diaria	600
Capacidad de producción mensual	13,200

Tabla 38: Capacidad instalada de producción
Elaborado por: El Autor
Fuente: Informe económico del presente proyecto

La empresa funcionará en un local de 72 m² ubicados en el "C.C. La Gran Manzana" en el que se tendrá seis divisiones para los siguientes departamentos: gerencia general, gerencia de marketing, gerencia financiera, gerencia de ventas, gerencia de servicio y secretaría general.

6.1.5. Flujogramas de Procesos

La tarjeta "BOONUS" manejará un proceso que se detalla en el flujo grama del ANEXO# 6.

6.1.6. Presupuesto

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
Escritorios de Oficina	\$ 350.00	9	\$ 3,150.00
Archivadores	\$ 120.00	9	\$ 1,080.00
Mesa de conferencia	\$ 250.00	1	\$ 250.00
Sillas de oficina	\$ 35.00	25	\$ 875.00
Mesas para servicio	\$ 90.00	1	\$ 90.00
Teléfono Panasonic	\$ 70.00	9	\$ 630.00
Pizarra	\$ 90.00	1	\$ 90.00
Acondicionadores de aire	\$ 800.00	2	\$ 1,600.00
Dispensador de agua	\$ 120.00	1	\$ 120.00
Computadoras	\$ 550.00	9	\$ 4,950.00
Impresora multifunción	\$ 200.00	9	\$ 1,800.00
Cámaras fotográficas	\$ 250.00	2	\$ 500.00
Impresoras de carnés	\$ 1,550.00	2	\$ 3,100.00
Laptops para servicio	\$ 400.00	2	\$ 800.00
TOTAL			\$ 19,035.00

Tabla 39: Presupuesto
Elaborado por: El Autor

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

6.2. Gestión de Calidad

6.2.1. Procesos de planeación de calidad

Como proceso de la calidad buscamos que esta sea tangible en la identificación personal e intangible en la calidad del servicio, promociones y cumplimiento de los beneficios acordados para el usuario en el convenio con los establecimientos comerciales afiliados a la red de la tarjeta "BOONUS". Para esto se seguirá los siguientes procedimientos:

Mantenimiento Preventivo de las máquinas:

Con la finalidad de que la calidad de impresión sea la óptima cada vez que se realice una campaña de carnetización se realizará un mantenimiento preventivo de las máquinas colocando aceite en rodillos y limpiando el polvo interno de la máquina.

Prueba de impresión de las máquinas y control de stock de suministros antes de servicio:

Con la final de mantener una producción continua y de calidad siempre un día antes del servicio se dejarán instaladas las máquinas y se probará y verificará su funcionamiento.

Verificación luego de la impresión:

Luego de la impresión se revisará que los colores, y las figuras hayan sido impresas correctamente en la identificación.

6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas

Las acciones proactivas se reflejarán en la buena imagen que la empresa proyectará al mercado por la calidad en cada uno de sus aspectos. Esto fideliza los clientes, aumenta el interés de los proveedores de continuar trabajando con la empresa y genera un ambiente agradable ante la sociedad.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.2.3. Políticas de calidad

La tarjeta “BOONNUS” manejará como política de calidad asegurar la máxima calidad de sus tarjetas de identificación como mantener el nivel de sus establecimientos afiliados exclusivo y superior al mercado.

6.2.4. Benchmarking

Redlinks posee precios elevados en el mercado los cuales incluyen una logística que consiste en tener listo dos días antes todo el material de suministro para la entrega, un día antes del servicio, el coordinador de servicio asiste al punto donde se emitirá los carnés y revisa que no exista algún inconveniente con las tomas eléctricas, con el guardado y seguridad de los equipos al momento de iniciar a brindar el servicio.

Desde que inicia el servicio todos los colaboradores asisten con camisetas de Redlinks, tienen buena imagen y son educados al tratar con las personas que van a retirar su carné. Esto hace que la percepción de los clientes sea alta con respecto a la calidad y genera una imagen positiva de la marca en el mercado.

6.2.5. Proceso de aseguramiento de la calidad

La tarjeta “BOONUS” busca mantener un aseguramiento de la calidad alto con los clientes, tarjetahabientes y establecimientos comerciales afiliados. Para asegurarse de la calidad del servicio que se está brindando se realizará constantes estudios de mercado para medir la satisfacción, así también se buscará dar seguimiento a los clientes con un servicio post-venta con la finalidad de mantener el contacto y que se renueve el servicio de carnetización todos los años.

6.2.6. Estándares de la calidad

Los estándares de calidad se impondrán en cada uno de los departamentos de la empresa. Para mantener el estándar alto se mantendrán las siguientes normas:

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Departamento de marketing:

- Cumplimiento de metas de seguidores en redes sociales a corto, mediano y largo plazo.
- Implementación de campañas de publicidad efectivas.

Departamento financiero:

- Cumplimiento de cobros puntuales.
- Pago de proveedores puntuales.
- Pago de impuestos a tiempo.

Departamento de ventas:

- Cumplimiento de la elaboración del contrato antes del servicio.
- Comprobación del cumplimiento de cláusulas establecidas en el contrato.
- Renovación anual de contrato con clientes.

Departamento de afiliación y servicio:

- Cumplimiento de cláusulas del contrato con clientes.
- Seguimiento y renovación de convenios con los establecimientos afiliados

6.2.7. Procesos de control de calidad

Como proceso de control de calidad todos los departamentos de la tarjeta “BOONUS” se esforzarán para que se cumpla el control de calidad. A partir del sexto año se realizará una auditoría de calidad anual por la certificadora SGS del Ecuador.

6.2.8. Certificaciones y Licencias

La tarjeta “BOONUS” se certificará en la norma 9001 – Sistema de Gestión de la Calidad, a través de la certificadora internacional SGS Ecuador. Esto lo realizará en el octavo año de funcionamiento.

6.2.9. Presupuesto

La tarjeta “BOONUS” invertirá \$1000 dólares anuales en la capacitación del curso Auditor Interno 9001 – Sistemas de Gestión de Calidad

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

a partir del sexto año de funcionamiento. Esto se lo hará con la finalidad de ir preparando al equipo de trabajo para en el séptimo año realizar la certificación.

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Procesos de planeación ambiental

La tarjeta "BOONUS" como proceso de planeación ambiental manejará lo siguiente:

- Preparación: En esta etapa se consulta y recopila información del entorno natural, requisitos legales y medidas ambientales necesarias. En el caso del presente trabajo de titulación no se tiene ningún tipo de restricción por concepto de uso o comercialización de las tarjetas personales.
- Evaluación: En esta etapa se evaluará los recursos que se disponen y las alternativas de producción como también los beneficios que al poner en marcha la actividad se obtienen.
- Formulación: En esta etapa se tramitan todos los requerimientos legales en el país ante el ministerio del ambiente. (MAE)
- Implementación y Desarrollo: Es la ejecución de lo planificado y diseñado de las medidas ambientales que se tomarán en el proceso de producción.
- Seguimiento: Retroalimentación, control y evaluación y ajustes necesarios como medias de prevención, mitigación, etc.

6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

Los beneficios de las acciones proactivas de protección del medio ambiente tiene:

- Buena imagen en el sector corporativo

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Diferenciación ecológica en la imagen al ser una empresa que contribuye al cuidado ambiental.
- Interés de vinculación por parte de nuevos establecimientos afiliados interesados en el cuidado ambiental.

6.3.3. Políticas de protección ambiental

La tarjeta “BOONUS” posee las siguientes políticas de protección ambiental:

- Reducción de desperdicios en el proceso de producción.
- Reutilización de las tarjetas mal impresas como tarjetas de prueba antes de un servicio.
- Reciclaje de las identificaciones personales antiguas, en mal estado o con fallas a través de campañas de recolección de las mismas con la finalidad de reutilizar el plástico.

6.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

Como aseguramiento de la calidad ambiental se solicitará a los proveedores de materia prima que certifiquen que la elaboración de estas identificaciones no poseen componentes tóxicos que puedan ser dañinos para la salud del portador ni para el medio ambiente.

6.3.5. Estándares de la calidad ambiental

Como estándares de calidad ambiental se manejará parámetros de control de los insumos con cada proveedor nuevo que vaya a ofrecer sus productos como suministros para la impresión de la tarjeta “BOONUS”

6.3.6. Procesos de control de calidad

En el proceso de control de la calidad ambiental de la tarjeta “BOONUS” en todo momento desde la recepción de los suministros hasta la impresión y entrega del cliente final se mantendrá una atención permanente a que se esté llevando a cabo el proceso de control.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.3.7. Trazabilidad

La Tarjeta “BOONUS” analizará la fuente de cualquier tipo de impacto de cada una de las acciones y procedimientos que desde la producción de la materia prima hasta la entrega final pudiese afectar al medio ambiente, en especial la producción de las tarjetas que tanto impacto contaminante presenta al momento de la elaboración de las mismas, elaboración de los ribbons, desperdicio de los ribbons, etc. De esta manera se buscará realizar las sugerencias o correcciones respectivas para que no se vuelva a repetir.

6.3.8. Logística Verde:

La tarjeta “BOONUS” establecerá su logística verde en todas las etapas del desarrollo de su elaboración desde el inicio.

- Producción de los carnets: Al momento de la impresión ser precisos y manejar varios controles con la finalidad de que el porcentaje de fallo de impresión sea mínimo ya que esto incurre en el gasto de ribbon y de identificación sin ningún uso.
- Reducción de impresión de volantes informativos sobre establecimientos afiliados: Aprovechar la nueva era digital con la finalidad de no imprimir volantes cada vez que se tenga un nuevo establecimiento afiliado, sino generar links digitales donde puedan ver constantemente las actualizaciones de establecimientos afiliados, nuevas promociones y descuentos, etc.

6.3.9. Certificaciones y Licencias

La tarjeta “BOONUS” no buscará obtener una certificación ambiental durante los primeros diez años ya que los altos costos de esta certificación descartan la posibilidad de obtener la certificación ISO 14000, posterior a esta fecha según haya avanzado la tecnología se espera poder realizar algún tipo de

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

certificación que convine la tecnología con la ecología y se lo pueda aplicar a las identificaciones personales.

6.3.10. Presupuesto

Presupuesto Campaña Social						
Descripción	Costo mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Campaña Social	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$ 2,520.00	\$ 2,646.00	\$ 2,778.30	\$ 2,917.22

Tabla 40: Presupuesto Campaña Social
Elaborado por: El Autor

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

La tarjeta “BOONUS” desarrollará sus políticas de responsabilidad social con el medio ambiente, Clientes y Proveedores y Colaboradores de la Empresa.

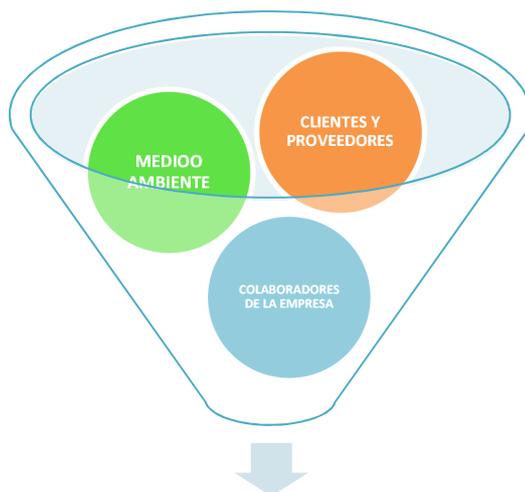


Ilustración 22: Responsabilidad Social
Elaborado por: EL autor
Fuente: Investigación Personal

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Cientes y Proveedores:

- Calidad en el servicio brindado
- Seguimiento post venta
- Respeto y compromiso en la relación comercial
- Pagos puntuales a proveedores
- CRM en relación con clientes para mantenerlos informados y servirlos con buena comunicación.

Medio Ambiente:

- Reuso de tarjetas con errores de impresión.
- Campañas de reciclaje en las instituciones al momento de realizar nuevas carnetizaciones.

Colaboradores de la Empresa:

- Empoderamiento a los colaboradores
- Seguridad y buen ambiente laboral

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

Cientes y Proveedores:

- Apertura para renegociaciones de precios.
- Recomendaciones personales
- Fidelizarlos

Medio Ambiente:

- Buena imagen social
- Cuidado del medio ambiente
- Oportunidad para conseguir certificaciones.

Colaboradores de la Empresa

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

- Buen ambiente laboral
- Reducción de demandas
- Alto nivel de satisfacción laboral
- Apertura para trabajo extra

6.4.3. Políticas de protección social

Clientes y Proveedores:

- Buen trato, seguimiento y servicio a clientes y proveedores para manejar buena relación con cada uno de ellos.

Medio Ambiente:

- Optimizar recursos y reducir, reusar y reciclar los suministros en lo que sea posible.

Colaboradores de la Empresa:

- Buen ambiente laboral, seguridad, confianza y respaldo a los colaboradores

6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

La tarjeta "BOONUS" buscara el aseguramiento del cumplimiento de la responsabilidad social y corporativa en cada uno de los departamentos de su empresa, para esto se tomarán las siguientes medidas:

- Las políticas de responsabilidad social de la empresa serán publicadas en las carteleras de la empresa con la finalidad de que todos los colaboradores se mantengan informados.
- Cada trimestre se realizará charlas sobre la importancia del cumplimiento de la responsabilidad social y corporativa por parte del gerente general
- Se realizará evaluaciones cada seis meses del aseguramiento de la responsabilidad social y corporativa.

6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

La tarjeta "BOONUS" manejará los siguientes estándares de responsabilidad social:

- Brindar la oportunidad de crecimiento interno a los colaboradores de la empresa.
- Promover valores de respeto, honestidad y trabajo entre los colaboradores de la empresa.
- Los colaboradores tendrán la facultad de donar el 2% de su sueldo a un fondo social común de la empresa para desarrollar proyectos sociales.
- Mensualmente uno de los colaboradores de la empresa de cualquier posición deberá dirigir el proyecto social del mes. El Gerente General designará quien será el encargado.
- La tarjeta "BOONUS" donará doscientos dólares mensuales al fondo social común de la empresa.

6.4.6. Procesos de controles sociales

La tarjeta "BOONUS" para controlar la gestión social realizará lo siguiente:

- Evaluación y análisis periódico del impacto de la obra social realizada.
- Auditoría del manejo de los fondos de la cuenta social común de la empresa.
- Estudio a la sociedad en el sector donde funciona la empresa con la finalidad de conocer la percepción de la sociedad civil sobre la empresa.

6.4.7. Certificaciones y Licencias

La Tarjeta "BOONUS" no invertirá en certificaciones de responsabilidad social por los elevados costos que esta certificación demanda y al ser una empresa nueva que está ingresando al mercado consideramos no es conveniente.

6.4.8. Presupuesto

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Este inciso no aplica ya que no hay gastos que a la tarjeta "BOONUS" les genere el cumplimiento de las políticas de cumplimiento de responsabilidad social.

6.5. Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

Visión: "Ser la tarjeta líder en carnetización con red de beneficios especiales en empresas e instituciones en el Ecuador. Teniendo beneficios exclusivos en todos los establecimientos afiliados".

	Objetivos	Indicadores	Iniciativas
Financiera	Resultados atractivos para los inversionistas.	Utilidad neta de la empresa, incremento del margen de utilidad y ventas	Buena administración, estrategia efectiva de ventas y marketing
Cliente	Fidelizar clientes y cumplir cuotas mensuales respectivas.	Market share y Ventas.	Tomar decisiones estrategias en las ventas, marketing y servicio al cliente.
Procesos Internos	Procesos eficientes y completos en las diferentes áreas	Aseguramiento de la calidad	Auditorias periódicas de calidad
Aprendizaje	Empoderamiento y desarrollo personal de los colaboradores	Exámenes periódicos a colaboradores	Planificar capacitaciones periódicas de temas generales y específicos.

Tabla 41: : Balanced Scorecard
Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Personal

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

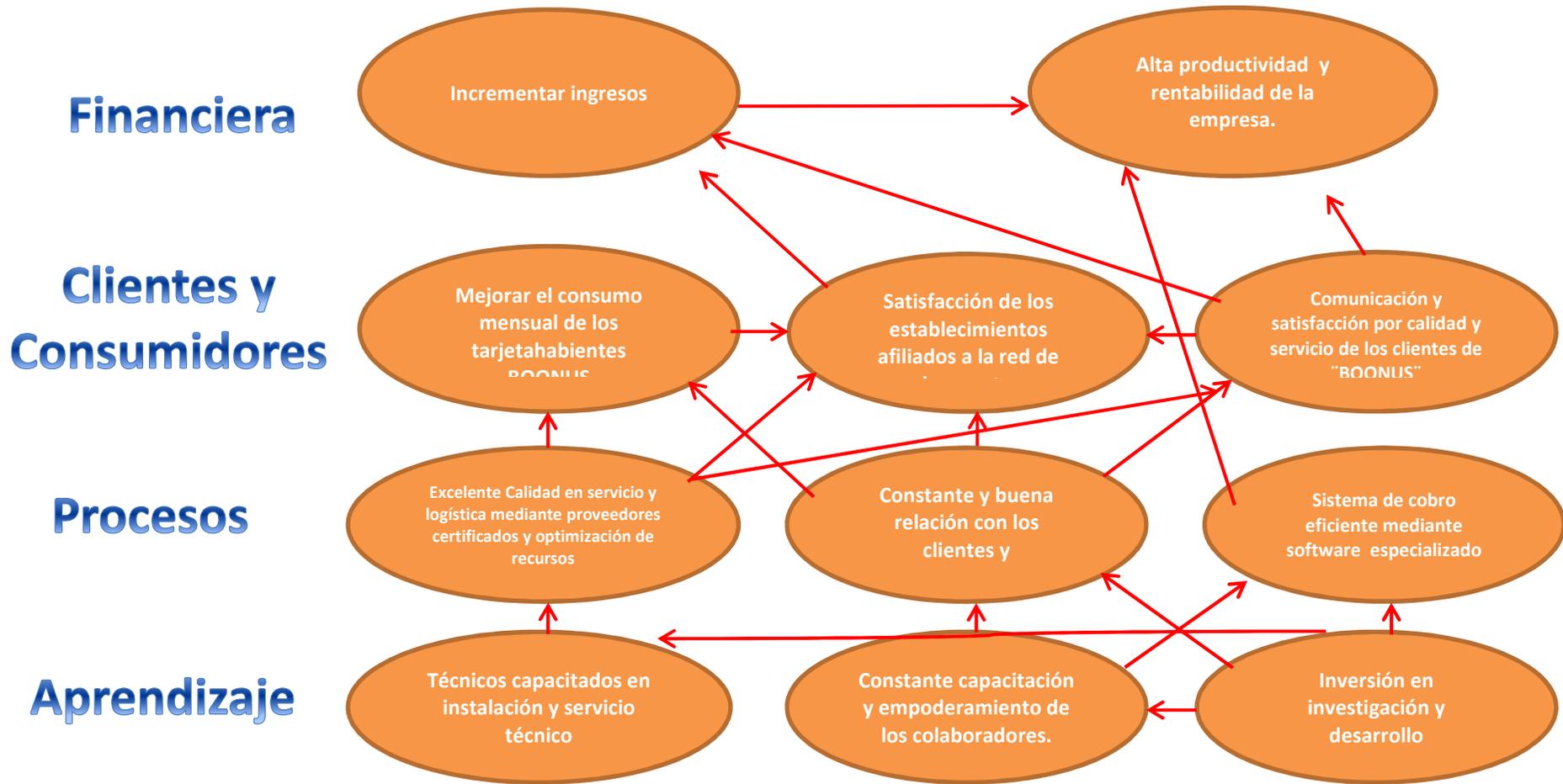


Ilustración 23: Mapa Estratégico
 Elaborado por: El Autor
 Fuente: Investigación Personal

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

6.6. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

Este inciso no se desarrollará ya que todos los temas relacionados con el plan operativo fueron cubiertos en los puntos anteriores.

CAPÍTULO 7

PLAN FINANCIERO

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

La tarjeta “BOONUS” tendrá como inversión inicial \$54,214.31. Esto comprende la inversión inicial necesaria para desarrollar el proyecto.

INVERSIÓN INICIAL		
Descripción	Valor	%
TOTAL INVERSIÓN CORRIENTE	\$ 20,225.31	44.73%
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 19,035.00	42.10%
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 5,954.00	13.17%
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 45,214.31	100.00%

Tabla 42: Inversión Inicial
Elaborado por: El Autor

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1. Fija

En la siguiente tabla detallamos la inversión fija de la tarjeta “BOONUS”:

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios de Oficina	\$ 350.00	9	\$ 3,150.00
Archivadores	\$ 120.00	9	\$ 1,080.00
Mesa de conferencia	\$ 250.00	1	\$ 250.00
Sillas de oficina	\$ 35.00	25	\$ 875.00
Mesas para servicio	\$ 90.00	1	\$ 90.00
TOTAL			\$ 5,445.00
EQUIPOS DE OFICINA			
Teléfono panasonic	\$ 70.00	9	\$ 630.00
Pizarra	\$ 90.00	1	\$ 90.00
Acondicionadores de aire	\$ 800.00	2	\$ 1,600.00
Dispensador de agua	\$ 120.00	1	\$ 120.00
TOTAL			\$ 2,440.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadoras	\$ 550.00	9	\$ 4,950.00
Impresora multifuncion	\$ 200.00	9	\$ 1,800.00
Cámaras fotográficas	\$ 250.00	2	\$ 500.00
Impresoras de carnés	\$ 1,550.00	2	\$ 3,100.00
Laptops para servicio	\$ 400.00	2	\$ 800.00
TOTAL			\$ 11,150.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 19,035.00

Tabla 43: Inversión Fija
Elaborado por: El Autor

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.1.1.2. Diferida

En la siguiente tabla se detalla la inversión diferida de la tarjeta "BOONUS"

GASTOS DE CONSTITUCIÓN E INSTALACIÓN			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
Depósito de alquiler	\$ 700.00	2	\$ 1,400.00
Constitución de la compañía	\$ 550.00	1	\$ 550.00
Registro de marca y símbolos identitarios	\$ 116.00	1	\$ 116.00
Página Web	\$ 1,500.00	1	\$ 1,500.00
Letrero Local	\$ 800.00	1	\$ 800.00
Letrero Puertas	\$ 120.00	1	\$ 120.00
Adecuación de instalaciones	\$ 1,000.00	1	\$ 1,000.00
Permisos de funcionamiento	\$ 300.00	1	\$ 300.00
TOTAL			\$ 5,786.00

Tabla 44: Inversión Diferida
Elaborado por: El Autor

7.1.1.3. Corriente

Como inversión corriente consideramos los costos fijos de dos meses de trabajo.

En la siguiente tabla detallamos la inversión corriente de la tarjeta "BOONUS"

CAPITAL DE TRABAJO			
Descripción	Costo Unitario	Meses	Total
Gastos Administrativos	\$ 1,750.00	2	\$ 3,500.00
Sueldos y Salarios	\$ 7,168.53	2	\$ 14,337.07
Costos de Venta	\$ 1,558.24	1	\$ 1,558.24
Gastos de Publicidad	\$ 830.00	1	\$ 830.00
TOTAL			\$ 20,225.31

Tabla 45: Inversión Diferida
Elaborado por: El Autor

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

La inversión del presente proyecto de titulación es de \$45,046.31 que será financiada por fuentes internas y externas como se lo detalla a continuación:

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fuentes internas: Dos accionistas de la empresa:

DETALLE FINANCIAMIENTO INTERNO		
Socios	Aportación	% Participación
Luis Córdova Fernández	\$ 17,838.34	99%
Martha Alejandra Córdova Fernández	\$ 180.19	1%
TOTAL	\$ 18,018.52	100%

Tabla 46: Fuentes de financiamiento internas
Elaborado por: El Autor

Fuente externa: Se realizará un préstamo bancario por \$27,027.78, para el cual estamos considerando la tasa de interés del BCE la cual es 11,20% (BCE, 2013)

7.1.2.2. Tabla de Amortización

DATOS PARA EL FINANCIAMIENTO			
Préstamo	27,027.78		
Tasa de Interés	11.20%	0.9333%	Mensual
Periodos	60		
Pago	\$ 590.35		

Tabla 47: Fuentes de financiamiento internas
Elaborado por: El Autor

La amortización completa se encuentra en el ANEXO# 7

7.1.2.3. Cronograma de Inversiones

En la siguiente tabla se detalla las diversas actividades que se desarrollarán y los pagos respectivos en los meses de Noviembre y Diciembre del 2013.

CRONOGRAMA DE INVERSIONES			
ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	TOTAL
Registro de marca	\$116.00		\$116.00
Garantía de Alquiler de Local	\$1,400.00		\$1,400.00
Permisos de funcionamiento	\$300.00		\$300.00
Constitución de la compañía	\$550.00		\$550.00
Instalaciones		\$1,000.00	\$1,000.00
Letrero Local		\$800.00	\$800.00
Letrero Puertas		\$120.00	\$120.00
Pagina Web		\$1,500.00	\$1,500.00
Compra de Activos Fijos		\$19,035.00	\$18,845.00
Depósito de capital de trabajo y varios		\$20,225.31	\$20,225.31
TOTAL	\$2,366.00	\$42,680.31	\$44,856.31

Tabla 48: Cronograma de Inversiones
Elaborado por: El Autor

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos

En la siguiente tabla se detallan los Costos Fijos que el presente trabajo de titulación incurrirá.

Costos Fijos / Años					
TIPO DE COSTO	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldos y salarios	\$ 86,022.40	\$ 108,944.00	\$ 119,838.40	\$ 131,822.24	\$ 145,004.46
Otros gastos administrativos	\$ 21,000.00	\$ 22,050.00	\$ 23,152.50	\$ 24,310.13	\$ 25,525.63
Gastos de publicidad	\$ 9,960.00	\$ 10,458.00	\$ 10,980.90	\$ 11,529.95	\$ 12,106.44
Total Costos Fijos	\$ 116,982.40	\$ 141,452.00	\$ 153,971.80	\$ 167,662.31	\$ 182,636.54

Tabla 49: Costos Fijos
Elaborado por: El Autor

7.2.2. Costos Variables

En la siguiente tabla se detallan los Costos variables del presente trabajo de titulación.

COSTOS DE VENTA	Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Variable	\$ 38,956.03	\$ 43,950.50	\$ 48,916.91	\$ 54,444.52	\$ 58,881.75

Tabla 50: Costos Variables
Elaborado por: El Autor

7.2.2.1. Costos de Producción

En la siguiente tabla se detallan los costos de producción del presente trabajo de titulación.

LISTADO DE TODAS LOS GASTOS EN SUMINISTROS PARA LA PRODUCCIÓN E IMPRESIÓN					
Gastos en Suministros e impresión	Presentación	Costo Unit	Costo Estandarizado	CANTIDAD	TOTAL
CARNÉS DE PVC	500 unid.	0.12	0.12	1	0.12
RIBBON B/N	1000 impre.	0.03	0.03	1	0.03
RIBBON COLOR	300 impre.	0.33	0.33	1	0.33
KIT DE LIMPIEZA	300 impre.	0.017	0.017	1	0.017
MANO DE OBRA	100 diarias	0.2	0.2	1	0.2
				TOTAL	0.697

Tabla 51: Costos de Producción
Elaborado por: El Autor

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.3. Capital de Trabajo

7.3.1. Costos de Operación

El costo unitario de cada unidad producida es de \$0.70 centavos de dólar.

7.3.2. Costos Administrativos

En la siguiente tabla se detallan los costos administrativos del presente trabajo de titulación.

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	
	MENSUAL	ANUAL
Telefonía Celular	\$ 35.00	\$ 420.00
Internet	\$ 112.00	\$ 1,344.00
Agua Potable	\$ 30.00	\$ 360.00
Energía Eléctrica	\$ 50.00	\$ 600.00
Bidones de Agua	\$ 5.00	\$ 60.00
Alquiler	\$ 700.00	\$ 8,400.00
Varios caja chica	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Viáticos y movilización	\$ 250.00	\$ 3,000.00
Campana Social	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Seguro	\$ 168.00	\$ 2,016.00
Combustible	\$ 100.00	\$ 1,200.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1,750.00	\$ 21,000.00

Tabla 52: Costos Administrativos
Elaborado por: El Autor

7.3.3. Costos de Ventas

En la siguiente tabla se detallan los costos de ventas del presente trabajo de titulación.

COSTOS DE VENTAS	MENSUAL	ANUAL (AÑO 1)
Volantes	\$ 75.00	\$ 900.00
Mantenimiento página web	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Google Adwords	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Mailing Masivo	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Roll Up	\$ 50.00	\$ 600.00
Mini Roll Up	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Tarjetas de Presentación	\$ 30.00	\$ 360.00
Carpetas Corporativas	\$ 75.00	\$ 900.00
TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 830.00	\$ 9,960.00

Tabla 53: Costos de Ventas
Elaborado por: El Autor

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.3.4. Costos Financieros

En la siguiente tabla se detallan los costos financieros del presente trabajo de titulación.

	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
Gastos Financieros	\$ 2,812.23	\$ 2,308.43	\$ 1,745.22	\$ 1,115.58	\$ 411.69	8,393.15

Tabla 54: Costos Financieros
Elaborado por: El Autor

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

La tarjeta "BOONUS" será comercializada a través del sistema de venta directa al consumidor, a través de visitas a rectores, gerentes generales, presidentes, etc de instituciones o empresas. En la siguiente tabla se detalla el precio promedio de cada carné.

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mark up	\$ 156,662.47	\$ 171,699.33	\$ 188,815.47	\$ 207,631.65	\$ 221,854.25
Mark up en unidades	\$ 2.80	\$ 2.90	\$ 3.01	\$ 3.12	\$ 3.24
Margen de utilidad	80.09%	79.62%	79.42%	79.23%	79.03%

Tabla 55: Cálculo del precio de venta
Elaborado por: El Autor

PERIODOS	PVP
Año 1	\$ 3.50
Año 2	\$ 3.64
Año 3	\$ 3.79
Año 4	\$ 3.94
Año 5	\$ 4.09

Tabla 56: Precio de Venta Proyectado
Elaborado por: El Autor

Para el presente trabajo de titulación se considera la inflación del año 2013 en el Ecuador para los otros 5 años la cual es de 3.99%.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

En la siguiente tabla se detalla la proyección de los costos y de las ventas estimados según la inflación proyectada hasta el 2018.

CRECIMIENTO DE LAS VENTAS				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 195,618.50	\$ 215,649.83	\$ 237,732.38	\$ 262,076.17	\$ 280,736.00

Tabla 57: Ventas proyectadas
Elaborado por: El Autor

COSTOS DE VENTA	Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL COSTOS DE VENTAS	\$ 38,956.03	\$ 43,950.50	\$ 48,916.91	\$ 54,444.52	\$ 58,881.75

Tabla 58: Costo de Ventas proyectadas
Elaborado por: El Autor

7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

En la siguiente tabla se detalla la capacidad instalada de producción y la capacidad utilizada.

MONTOS PROYECTADOS DE PRODUCCIÓN								
PRODUCTOS	CAP. PROD.	OCUPACIÓN	AÑO 1	2014	2015	2016	2017	2018
IMPRESIÓN CARNÉ	100%		39%	55891	59244	62799	66567	68564
INCREMENTO EN PRODUCCIÓN PRESUPUESTADO					6%	6%	6%	6%
COBERTURA FINAL SOBRE CAPACIDAD INSTALADA					41%	44%	46%	48%

Tabla 59: Montos proyectados de producción
Elaborado por: El Autor

7.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio

En la siguiente tabla se detalla el punto de equilibrio en dólares y unidades que la empresa debe vender para no tener pérdidas ni ganancias. Este es el punto donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, todo lo que se venda por encima de este punto produce beneficio y vendiendo por debajo produce pérdida.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio	\$ 629,983.06	\$ 733,163.89	\$ 784,289.45	\$ 821,801.44	\$ 882,012.78
Punto de equilibrio en unidades	44758	51558	53674	54734	57172

Tabla 60: Punto de Equilibrio
Elaborado por: El Autor

7.4.5. Análisis de Punto de Cierre

En la siguiente tabla se detalla el punto de cierre en unidades.

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de cierre en unidades	42738	49604	51791	54110	56571

Tabla 61: Punto de cierre en unidades
Elaborado por: El Autor

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

7.5.1. Planificación Tributaria

7.5.1.1. Generalidades (Disposiciones normativas)

La empresa se registrará bajo las normativas y reglamentos vigentes de la Superintendencia de Compañías y Servicio de Rentas internas del Ecuador.

SRI: La normativa indica que para la personas jurídicas es obligación realizar declaraciones del 12% del IVA mensualmente, sin excepción alguna. (Ley de Régimen Tributario Interno, 2006)

El impuesto a la renta debe ser cancelado por anticipado entre Julio y Septiembre de cada año.

Superintendencia de Compañías: es la entidad reguladora de las personas jurídicas a la cual se le debe presentar dentro de los primeros cuatro meses de cada año la información financiera de la empresa del año anterior. (Codificación de Ley de Compañías, 1999)

7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

Los impuestos se pagan sobre las utilidades que la empresa obtiene luego de cada periodo fiscal, es por esto importante la buena

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

aplicación de las amortizaciones y depreciaciones diferidas en el estado de resultados de la empresa.

7.5.1.3. Impuesto a la Renta

El impuesto a la renta es el 22%, este valor se paga sobre la utilidad que obtiene la empresa luego de restar el 15% del pago de las utilidades para los colaboradores de la empresa.

En el estado de resultados se detalla el impuesto a la renta causado por el presente proyecto de titulación.

7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

En el presente trabajo de titulación, el impuesto al valor agregado que por ley se pagará es del 12%

7.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales

Este inciso no aplica ya que este impuesto no aplica para el tipo de negocio del presente trabajo de titulación.

7.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Los impuestos, tasas y contribuciones municipales que el presente trabajo de titulación requiere al ser domiciliado en la ciudad de Guayaquil son:

- Patente municipal: Comprende el valor del certificado (\$2) más un porcentaje por el avalúo del local. (M.I. Municipio de Guayaquil, 2013)
- Permiso de bomberos: Certificado que otorga el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, su costo varía dependiendo del local. (Ley de defenza contra incendios, 2007)

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior

Este inciso no aplica para el presente trabajo de titulación ya que el tipo de negocio no lo requiere.

7.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

Este inciso no aplica para el presente trabajo de titulación ya que el tipo de negocio no lo requiere.

7.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas

Este inciso no aplica para el presente trabajo de titulación ya que el tipo de negocio no lo requiere.

7.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Motorizados

Este inciso no aplica para el presente trabajo de titulación ya que la empresa no tendrá vehículo.

7.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales

Este inciso no aplica para el presente trabajo de titulación ya que el tipo de negocio no lo requiere.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General Inicial

En la siguiente tabla se presenta el Balance General Inicial del presente trabajo de titulación.

BALANCE GENERAL	
ACTIVOS	Inicial
Activos Corrientes	
Caja/Bancos	\$ 20,225.31
Total Activos Corrientes	\$ 20,225.31
Activos Fijos	
Muebles y Enseres	\$ 5,445.00
Equipos de Oficina	\$ 2,440.00
Equipos de Computacion	\$ 11,150.00
(-) Depreciacion Acumulada	\$ -
Total Activos Fijos	\$ 19,035.00
Activos Diferidos	
Gastos Preoperacionales	\$ 5,786.00
(-) Amortizacion Acumulada	\$ -
Total Activos Diferidos	\$ 5,786.00
Total Activos	\$ 45,046.31
PASIVOS Y PATRIMONIO	
Pasivos	
Prestamo Bancario	\$ 27,027.78
Total de Pasivos	\$ 27,027.78
Patrimonio	
Capital Social	\$ 18,018.52
Utilidad del Ejercicio	\$ -
Utilidades Retenidas	\$ -
(+) Recuperación de Activos	
Total Patrimonio	\$ 18,018.52
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 45,046.31

Tabla 62: Balance General Inicial
Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Personal

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

En la siguiente tabla se presenta el Estado de Resultados del presente trabajo de titulación.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Análisis Vertical
Unidades vendidas	55891	59244	62799	66567	68564	
Ingresos por ventas	\$ 195,618.50	\$ 215,649.83	\$ 237,732.38	\$ 262,076.17	\$ 280,736.00	84.91%
Total Ingresos	\$ 195,618.50	\$ 215,649.83	\$ 237,732.38	\$ 262,076.17	\$ 280,736.00	100.00%
Costo de venta	\$ 38,956.03	\$ 43,950.50	\$ 48,916.91	\$ 54,444.52	\$ 58,881.75	20.97%
Total Costos Variables	\$ 38,956.03	\$ 43,950.50	\$ 48,916.91	\$ 54,444.52	\$ 58,881.75	20.97%
Contribución Marginal	\$ 156,662.47	\$ 171,699.33	\$ 188,815.47	\$ 207,631.65	\$ 221,854.25	79.03%
Sueldos y salarios	\$ 86,022.40	\$ 108,944.00	\$ 119,838.40	\$ 131,822.24	\$ 145,004.46	51.65%
Otros gastos administrativos	\$ 21,000.00	\$ 22,050.00	\$ 23,152.50	\$ 24,310.13	\$ 25,525.63	9.09%
Gastos de publicidad	\$ 9,960.00	\$ 10,458.00	\$ 10,980.90	\$ 11,529.95	\$ 12,106.44	4.31%
Depreciación	\$ 4,504.80	\$ 4,504.80	\$ 4,504.80	\$ 788.50	\$ 788.50	0.28%
Amortización	\$ 1,157.20	\$ 1,157.20	\$ 1,157.20	\$ 1,157.20	\$ 1,157.20	0.41%
Total Gastos Operativos	\$ 122,644.40	\$ 147,114.00	\$ 159,633.80	\$ 169,608.01	\$ 184,582.24	65.75%
Utilidad Operativa	\$ 34,018.08	\$ 24,585.34	\$ 29,181.67	\$ 38,023.64	\$ 37,272.01	13.28%
Gastos Financieros	\$ 2,812.23	\$ 2,308.43	\$ 1,745.22	\$ 1,115.58	\$ 411.69	0.15%
Utilidad	\$ 31,205.85	\$ 22,276.91	\$ 27,436.46	\$ 36,908.06	\$ 36,860.32	13.13%
Pago de utilidades a empleados	\$ 4,680.88	\$ 3,341.54	\$ 4,115.47	\$ 5,536.21	\$ 5,529.05	1.97%
Utilidad antes de impuestos	\$ 26,524.97	\$ 18,935.37	\$ 23,320.99	\$ 31,371.85	\$ 31,331.27	11.16%
Impuesto a la Renta	\$ 5,835.49	\$ 4,165.78	\$ 5,130.62	\$ 6,901.81	\$ 6,892.88	2.46%
Utilidad / Perdida Neta	\$ 20,689.48	\$ 14,769.59	\$ 18,190.37	\$ 24,470.05	\$ 24,438.39	8.71%

Tabla 63: Estado de Resultados
Elaborado por: El Autor

7.6.3. Flujo de Caja Proyectado

En la siguiente tabla se presenta el flujo de caja proyectado del presente proyecto de titulación.

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad / Perdida Neta	\$ 20,689.48	\$ 14,769.59	\$ 18,190.37	\$ 24,470.05	\$ 24,438.39
(-) Pago de Capital	\$ 4,271.96	\$ 4,775.76	\$ 5,338.97	\$ 5,968.61	\$ 6,672.50
(+) Depreciación	\$ 4,504.80	\$ 4,504.80	\$ 4,504.80	\$ 788.50	\$ 788.50
(+) Amortización	\$ 1,157.20	\$ 1,157.20	\$ 1,157.20	\$ 1,157.20	\$ 1,157.20
(+) Recuperación de Activos					\$ 3,943.62
(+) Recuperación de Capital de Trabajo					\$ 20,225.31
Flujo Final	\$ 22,079.52	\$ 15,655.83	\$ 18,513.40	\$ 20,447.14	\$ 43,880.52

Tabla 64: Flujo de Caja Proyectado
Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Personal

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.6.3.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.3.1.1.1. TMAR

La Tasa mínima aceptable requerida del presente trabajo de titulación es de 16.14%.

7.6.3.1.1.2. VAN

El Valor actual neto del presente trabajo de titulación es de \$29,396.69

7.6.3.1.1.3. TIR

La tasa interna de retorno del presente trabajo de titulación es de 39%

7.6.3.1.1.4. PAYBACK

El presente trabajo de titulación recuperará la inversión al cuarto año a mediados del segundo mes.

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

7.7.1. Productividad

A continuación se muestra la variación entre el -10% + 10% si se incrementa o disminuye las ventas como se afecta la VAN, TIR y Payback.

Análisis de Sensibilidad					
Variación	0%	-10%	-5%	5%	10%
Crecimiento de Ventas	\$195,618.5	\$176,056.65	\$185,837.57	\$205,399.42	\$215,180..35
TIR	39%	34.85%	36.79%	40.66%	42.60%
VAN	\$29,396.68	\$26,457.02	\$27,926.85	\$30,866.52	\$32,336.35
PAYBACK	4.2	3.78	3.99	4.41	4.62

Tabla 65: Análisis de Sensibilidad Ventas
Elaborado por: El Autor

7.7.2. Precio Mercado Local

Este inciso no se lo desarrollará ya que no afectará al presente trabajo de titulación.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.7.3. Precio Mercado Externo

Este inciso no se lo desarrollará ya que no afecta al presente trabajo de titulación.

7.7.4. Costo de Materia Prima

En la siguiente tabla se detalla la variación entre el -10% y el 10% si se incrementa o disminuye el costo de la materia prima y cual sería el efecto en la VAN, TIR y Payback

Análisis de Sensibilidad					
Variación	0%	-10%	-5%	5%	10%
Costo de la materia prima	\$ 38,956.03	\$ 35,060.42	\$ 37,008.23	\$ 40,903.83	\$ 42,851.63
TIR	39%	34.85%	36.79%	40.66%	42.60%
VAN	\$ 29,396.69	\$ 26,457.02	\$ 27,926.85	\$ 30,866.52	\$ 32,336.35
PAYBACK	4.2	3.78	3.99	4.41	4.62

Tabla 66: Análisis de Sensibilidad Costos
Elaborado por: El Autor

7.7.5. Costo de Materiales Indirectos

Este inciso no se lo desarrollará ya que no afectará al presente trabajo de titulación.

7.7.6. Costo de Suministros y Servicios

Análisis de Sensibilidad					
Variación	0%	-10%	-5%	5%	10%
Costo de suministros	\$ 0.70	\$ 0.63	\$ 0.66	\$ 0.73	\$ 0.77
TIR	39%	34.85%	36.79%	40.66%	42.60%
VAN	\$ 29,396.69	\$ 26,457.02	\$ 27,926.85	\$ 30,866.52	\$ 32,336.35
PAYBACK	4.2	3.78	3.99	4.41	4.62

Tabla 67: Análisis de Sensibilidad de Costos de suministros
Elaborado por: El Autor

7.7.7. Costo de Mano de Obra Directa

En la siguiente tabla se detalla la variación entre el -10% y el 10% si se incrementa o disminuye el costo de la mano de obra y cual sería el efecto en la VAN, TIR y Payback.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Análisis de Sensibilidad					
Variación	0%	-10%	-5%	5%	10%
Costo de la mano de obra	\$ 0.20	\$ 0.18	\$ 0.19	\$ 0.21	\$ 0.22
TIR	39%	34.85%	36.79%	40.66%	42.60%
VAN	\$ 29,396.69	\$ 26,457.02	\$ 27,926.85	\$ 30,866.52	\$ 32,336.35
PAYBACK	4.2	3.78	3.99	4.41	4.62

Tabla 68: Análisis de Sensibilidad - Mano de obra directa

Elaborado por: El Autor

7.7.8. Costo de Mano de Obra Indirecta

Este inciso no se lo desarrollará ya que no afectará al presente trabajo de titulación.

7.7.9. Gastos Administrativos

En la siguiente tabla se detalla la variación entre el -10% y el 10% si se incrementa o disminuye los gastos administrativos y cual sería el efecto en la VAN, TIR y Payback.

Análisis de Sensibilidad					
Variación	0%	-10%	-5%	5%	10%
Gastos Administrativos	\$ 21,000.00	\$ 18,900.00	\$ 19,950.00	\$ 22,050.00	\$ 23,100.00
TIR	39%	34.85%	36.79%	40.66%	42.60%
VAN	\$ 29,396.69	\$ 26,457.02	\$ 27,926.85	\$ 30,866.52	\$ 32,336.35
PAYBACK	4.2	3.78	3.99	4.41	4.62

Tabla 69: Análisis de Sensibilidad - Gastos Administrativos

Elaborado por: El Autor

7.7.10. Gastos de Ventas

Este inciso no se desarrollará ya que este análisis no afectará a la empresa como los otros seleccionados.

7.7.11. Inversión en Activos Fijos

Este inciso no se desarrollará ya que este análisis no afectará a la empresa como los otros seleccionados.

7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

Este inciso no se desarrollará ya que este análisis no afectará a la empresa como los otros seleccionados.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.8. Balance General

En la siguiente tabla se presenta el Balance General del presente trabajo de titulación.

ACTIVOS	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes						
Caja/Bancos	\$ 20,225.31	\$42,304.82	\$ 57,960.65	\$ 76,474.05	\$ 96,921.18	\$ 140,801.70
Total Activos Corrientes	\$ 20,225.31	\$ 42,304.82	\$ 57,960.65	\$ 76,474.05	\$ 96,921.18	\$ 140,801.70
Activos Fijos						
Muebles y Enseres	\$ 5,445.00	\$ 5,445.00	\$ 5,445.00	\$ 5,445.00	\$ 5,445.00	\$ 5,445.00
Equipos de Oficina	\$ 2,440.00	\$ 2,440.00	\$ 2,440.00	\$ 2,440.00	\$ 2,440.00	\$ 2,440.00
Equipos de Computación	\$ 11,150.00	\$ 11,150.00	\$ 11,150.00	\$ 11,150.00	\$11,150.00	\$ 11,150.00
(-) Depreciación Acumulada	\$ -	\$ (4,504.80)	\$ (9,009.59)	\$ (13,514.39)	\$ (14,302.89)	\$ (15,091.39)
Total Activos Fijos	\$ 19,035.00	\$ 14,530.21	\$ 10,025.41	\$ 5,520.62	\$ 4,732.12	\$ 3,943.62
Activos Diferidos						
Gastos Pre-operacionales	\$ 5,786.00	\$ 5,786.00	\$ 5,786.00	\$ 5,786.00	\$ 5,786.00	\$ 5,786.00
(-) Amortización Acumulada	\$ -	\$ (1,157.20)	\$ (2,314.40)	\$ (3,471.60)	\$ (4,628.80)	\$ (5,786.00)
Total Activos Diferidos	\$ 5,786.00	\$ 4,628.80	\$ 3,471.60	\$ 2,314.40	\$ 1,157.20	\$ -
Total Activos	\$ 45,046.31	\$ 61,463.83	\$ 71,457.66	\$ 84,309.06	\$ 102,810.50	\$ 144,745.32
PASIVOS Y PATRIMONIO						
Pasivos						
Préstamo Bancario	\$ 27,027.78	\$ 22,755.83	\$ 17,980.07	\$ 12,641.10	\$ 6,672.50	\$ -
Total de Pasivos	\$ 27,027.78	\$ 22,755.83	\$ 17,980.07	\$ 12,641.10	\$ 6,672.50	\$ -
Patrimonio						
Capital Social	\$ 18,018.52	\$ 18,018.52	\$ 18,018.52	\$ 18,018.52	\$ 18,018.52	\$ 18,018.52
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 20,689.48	\$ 14,769.59	\$ 18,190.37	\$ 24,470.05	\$ 24,438.39
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 20,689.48	\$ 35,459.06	\$ 53,649.44	\$ 78,119.48
(+) Recuperación de Activos						\$ 24,168.92
Total Patrimonio	\$ 18,018.52	\$ 38,708.00	\$ 53,477.59	\$ 71,667.96	\$ 96,138.00	\$ 144,745.32
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 45,046.31	\$ 61,463.83	\$ 71,457.66	\$ 84,309.06	\$ 102,810.50	\$ 144,745.32

Tabla 70: Balance General proyectado 5 años
Elaborado por: El Autor

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.8.1. Razones Financieras

7.8.1.1. Liquidez

En la siguiente tabla se establece el índice de liquidez.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Promedio
Índice de Liquidez	\$20,225.31	\$ 42,304.82	\$ 57,960.65	\$ 76,474.05	\$ 96,921.18	\$58,777.20

Tabla 71: Índice de Liquidez
Elaborado por: El Autor

7.8.1.2. Gestión

En la siguiente tabla se establecen los índices de gestión

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Promedio
Rotación del Activo Fijo	10.28	14.84	23.71	47.47	59.33	31.13
Rotación del Activo Total	4.34	3.51	3.33	3.11	2.73	3.40
Rotación de Capital de Trabajo	9.67	10.66	11.75	12.96	13.88	11.79

Tabla 72: Índices de Gestión
Elaborado por: El Autor

7.8.1.3. Endeudamiento

En la siguiente tabla se establecen los índices de endeudamiento.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Promedio
Endeudamiento	0.60	0.37	0.25	0.15	0.06	0.29
Apalancamiento Interno	0.67	1.70	2.97	5.67	14.41	5.08
Apalancamiento Externo	1.50	0.59	0.34	0.18	0.07	0.53
Autonomía	0.40	0.63	0.75	0.85	0.94	0.71

Tabla 73: Índices de endeudamiento
Elaborado por: El Autor

7.8.1.4. Rentabilidad

En la siguiente tabla se establecen los índices de rentabilidad.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Promedio
Margen de Utilidad Bruta	0.80	0.80	0.79	0.79	0.79	0.79
Margen de Utilidad Operativa		0.11	0.12	0.15	0.13	0.13
Margen de UAI		0.09	0.10	0.12	0.11	0.10
Margen de Utiidad Neta		0.07	0.08	0.09	0.09	0.08
ROA		0.24	0.25	0.29	0.24	0.26
ROE		0.38	0.34	0.34	0.25	0.33
Rendimiento sobre CT		0.73	0.90	1.21	1.21	1.01

Tabla 74: Índices de rentabilidad
Elaborado por: El Autor

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.9. Conclusión Financiera

Como conclusión financiera, podemos definir que la implementación del proyecto "Propuesta para la introducción de la tarjeta "BOONUS" como identificación personal con red de beneficios especiales para empresas e instituciones en la ciudad de Guayaquil" es financieramente rentable, ya que el presente proyecto tiene una Tasa Interna de Retorno del 39%.

La inversión inicial del presente trabajo de titulación es de \$45,046.31 donde se financia un 60% mediante una fuente bancaria externa y el 40% mediante una fuente interna de accionistas.

El punto de equilibrio es 44,758 unidades que con la estructura que está planificado el presente proyecto se puede cubrir con un buen planteamiento estratégico en todas las áreas.

El margen de contribución del presente proyecto es del 80%, el cual es fundamental para poder cubrir los costos y ser una empresa financieramente rentable.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Plan de administración del riesgo

El plan de administración del riesgo del presente trabajo de titulación se encuentra establecido por los posibles riesgos que pueden afectar al desarrollo del proyecto.

8.1.1. Principales riesgos

Por la naturaleza del negocio se considera que los principales riesgos pueden ser:

Internos	Externos
Robos de suministros de producción	Incremento de costos en suministros
Daño de equipos cuando se movilizan los equipos	Entrada de nuevos competidores
Robo de equipos de producción en servicios in-house	Competencia Agresiva
Copia e implementación de negocio por un colaborador	Nuevas tecnologías de identificación.
Daño de los equipos en el periodo de tiempo que permanece guardado	Carné de aseguradoras en instituciones educativas.

Tabla 75: Principales riesgos
Elaborado por: El Autor

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

Cada semestre se manejará reuniones para ir evaluando y analizando los riesgos, así mismo si se presentan amenazas urgentes, se realizarán reuniones de personal inmediatas para mitigar los mismos.

En la siguiente tabla se clasifican los riesgos según su nivel de impacto.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

NIVEL	Clase de impacto	Descripción de impacto	Calificación de impacto
5	Catastrófico	Reducciones en ventas mayores al 70%	100%
		Reducción de establecimientos afiliados al 30%	
		Satisfacción al cliente inferior al 50 %	
4	Alto	Reducciones en ventas mayores al 50%	80%
		Reducción de establecimientos afiliados al 50%	
		Satisfacción al cliente inferior al 60 %	
3	Moderado	Reducciones en ventas mayores al 30%	50%
		Reducción de establecimientos afiliados al 60%	
		Satisfacción al cliente inferior al 70 %	
2	Bajo	Reducciones en ventas mayores al 20%	30%
		Reducción de establecimientos afiliados al 75%	
		Satisfacción al cliente inferior al 80 %	
1	Insignificante	Reducciones en ventas mayores al 10%	10%
		Renovación de establecimientos afiliados al 90%	
		Satisfacción al cliente inferior al 90 %	

Tabla 76: Reuniones para mitigar los riesgos
Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Personal

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)

Con la finalidad de que exista participación y compromiso en la solución de los problemas de los colaboradores se realizarán reuniones de brainstorming, donde cada uno de los gerentes dará opciones de solución a los problemas principales.

Así mismo se manejará periódicamente el control y verificación de cumplimiento de procesos, con la finalidad de manejar una evaluación de cumplimiento de los índices de calidad.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

8.2. Planeación de la respuesta al riesgo

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

En la siguiente tabla se presenta el sistema de monitoreo y control de riesgos.

Riesgo	Nivel	Herramienta de revisión	Responsable	Indicadores
Incremento de costos en suministros	Media	Listado de Precio de proveedores	Gerente de Servicio y Afiliación	Incremento de Costo Variable
Robos de suministros de producción	Media	Software de suministros con aforo físico	Gerente de Servicio y Afiliación	Incremento de gastos de la empresa
Entrada de nuevos competidores	Media	Consulta directa a clientes	Gerente de Ventas	Reducción de ventas
Daño de equipos cuando se movilizan los equipos	Alta	Aforo físico	Gerente de Servicio y Afiliación	Incremento de gastos de la empresa
Robo de equipos de producción en servicios in-house	Alta	Aforo físico	Coordinador de servicio	Incremento de gastos de la empresa
Copia e implementación de negocio por un colaborador	Media	Análisis del mercado	Gerente General	Reducción de ventas
Daño de los equipos en el periodo de tiempo que permanece guardado	Alta	Aforo físico	Gerente de Servicio y Afiliación	Incremento de gastos de la empresa

Tabla 77: Monitoreo y Control del Riesgo
Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Personal

8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

Se realizarán revisiones periódicas cada seis meses con la finalidad de revisar el cumplimiento y la responsabilidad de cada departamento

8.2.3. Reporte del riesgo

En el caso de que algún departamento atraviese por uno de los riesgos establecidos en el literal 8.2.1 deberá elaborar un informe y presentarlo a gerencia general con carácter urgente. Este informe incluirá toda la información pertinente correspondiente al suceso.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

8.2.4. Estrategias de Salida

Con la finalidad de que se pueda encontrar la mejor salida al inconveniente las posibles medidas inmediatas a tomar por la empresa son:

- Reducción de Personal
- Liquidación de la Empresa
- Apertura a nuevos de mercados
- Venta de acciones a colaboradores
- Vender la empresa a un inversionista

8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

Descripción	Plan Contingencia
Incremento de costos en suministros	Aumentar el precio a la venta, buscar otros proveedores en el mercado o importar directamente de la China los suministros.
Robos de suministros de producción	Visto bueno a los responsables y mayor control al momento del inventario
Entrada de nuevos competidores	Rediseñar la estrategia de Ventas y desarrollar estrategias de fidelización de clientes
Daño de equipos cuando se movilizan los equipos	Multas a los responsables y aplicación de los seguros de transporte.
Robo de equipos de producción en servicios in-house	Inicio de investigaciones y detección de responsables.
Copia e implementación de negocio por un colaborador	Fidelizar a los colaboradores de la empresa creando identidad con la misma y buen ambiente laboral a través de coaching y empowerment.
Daño de los equipos en el periodo de tiempo que permanece guardado	Multas a los responsables e incrementar medidas de seguridad de almacenamiento.

Tabla 78: Plan de Contingencia
Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Personal

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

9. CONCLUSIONES

Para el presente trabajo de titulación se puede concluir que se consiguió cumplir todos los objetivos de investigación que fueron planteados en el inciso 4.11.2.1 ya que se logró identificar la aceptación de la tarjeta "BOONUS" y las diversas preferencias e intereses de los sectores de potenciales usuarios, clientes y establecimientos afiliados. El proceso de investigación luego del análisis e interpretación de resultados se concluye que:

El mercado de las tarjetas de identificación es muy bueno, ya que por lo general toda institución o empresa le interesa identificar a sus miembros como se lo detectó mediante las entrevistas a profundidad realizadas a tres directores instituciones. Sin embargo existe en Guayaquil una necesidad no satisfecha por ninguna empresa de carnetización institucional, esta es la falta de valor agregado a las identificaciones personales.

El estudio de mercado con los usuarios nos indicó que apenas el 13% entre hombres y mujeres que poseen identificación personal con red de descuentos y beneficios la utilizan, esto se debe a la carencia de atractivos beneficios y descuentos brindados por parte de los establecimientos afiliados. En la entrevista a profundidad realizada a los establecimientos afiliados se demostró que están dispuestos a ofrecer mejores beneficios y promociones, siempre y cuando los usuarios asistan a consumir en sus establecimientos afiliados. Al ser estrategia de la tarjeta "BOONUS" solicitar beneficios exclusivos y superiores en la red de descuentos se logra diferenciar entre todas la tarjetas de descuentos, atraer a los usuarios a consumir en los establecimientos afiliados y satisfacer la necesidad de incrementar las ventas por parte de los establecimientos comerciales de la red.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Los segmentos de mayor interés identificados por la investigación de mercado realizada, varían entre los hombres y mujeres. Esto se debe a la diversidad de necesidades e intereses de cada uno de los diferentes sexos. Los hombres prefieren los segmentos de compras, comida y restaurantes y educación; las mujeres prefieren los segmentos de compras, salud-belleza y comida-restaurantes. Esta información será estratégica al momento de formar la red de establecimientos afiliados.

Los ratios financieros y los diversos métodos de evaluación y selección de alternativas de inversión como tiempo de recuperación de la inversión, tasa interna de retorno valor presente neto e índice de rentabilidad aplicados en el presente trabajo de titulación muestran con claridad lo rentable y buena oportunidad de negocio que es este proyecto de inversión.

La tarjeta "BOONUS" se vuelve una solución a una necesidad evidente en la sociedad guayaquileña, creando plazas de trabajo, aportando responsablemente a la sociedad y al cuidado del medio ambiente y sobre todo siendo un proyecto financieramente rentable para los accionistas.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

10. RECOMENDACIONES

El presente proyecto debe ser aprovechado y puesto en marcha lo antes posible ya que el entorno favorece a que la probabilidad de éxito del presente proyecto sea alta. La falta de competidores con valor agregado, la falta de identificación de miembros de instituciones y lo atractivo que es el proyecto tanto para potenciales usuarios, potenciales establecimientos afiliados y potenciales clientes hacen de la tarjeta "BOONUS" una excelente idea de negocio que no se podrá dejar pasar.

Al momento de que la tarjeta "BOONUS" sea desarrollada deberá estar muy pendiente del mercado y los avances tecnológicos y los nuevos tipos de identificaciones personales irán desarrollándose a la par con los avances tecnológicos.

Será fundamental que todos los establecimientos afiliados a la tarjeta "BOONUS" se encuentren satisfechos de tal manera que anualmente renueven contrato y puedan continuar ofreciendo beneficios especiales de calidad.

El buen servicio y la satisfacción de los clientes permitirá construir una fidelidad que difícil podrá ser rota por algún competidor.

El lograr certificar a la empresa en procesos será un gran logro ya que ninguna empresa que brinda este servicio en el Ecuador es certificada y abrirá muchas puertas como oportunidades de negocio al mantenerse diferenciado ante los demás como realizar negocios con empresas certificadas, gobierno, etc.

Finalmente, se recomienda constantemente ir realizando estudios de mercado ya que los intereses, los establecimientos comerciales y las necesidades de las personas van variando constantemente de esta manera se podrá mantenerse en el Top of mind de los clientes y ser la empresa líder en identificación personal como los objetivos y la misión del presente trabajo de titulación sostienen.

CAPÍTULO 11

FUENTES

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

11. FUENTES

Código Deontológico Europeo de Franquicia. (1991). Unión Europea: Federación Europea de la Franquicia.

Codificación de Ley de Compañías. (1999). Obtenido de

http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf

Ley de Régimen Tributario Interno. (2006). Obtenido de

<http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/leytribint.pdf>

(2007). *Ley de defenza contra incendios.* En *Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.*

Diario Hoy. (08 de 2011). Obtenido de [http://www.hoy.com.ec/noticias-](http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/supermercados-en-proceso-de-afiliacion-sin-cost-505181.html)

[ecuador/supermercados-en-proceso-de-afiliacion-sin-cost-505181.html](http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/supermercados-en-proceso-de-afiliacion-sin-cost-505181.html)

EL COMERCIO. (2011). Obtenido de [http://www.elcomercio.ec/negocios/tarjetas-afiliacion-](http://www.elcomercio.ec/negocios/tarjetas-afiliacion-mira_0_553144882.html)

[mira_0_553144882.html](http://www.elcomercio.ec/negocios/tarjetas-afiliacion-mira_0_553144882.html)

ELERGONOMISTA. (2012). Obtenido de

<http://www.elergonomista.com/marketing/mk38.html>

(2012). *Ranking Empresarial.* Ecuador: Superintendencia de Compañías.

Revista Líderes. (5 de Noviembre de 2012). Obtenido de Los granizados de Wuju! se abren

mercado desde el Perú: http://www.revistalideres.ec/mercados/granizados-wuju-abren-mercado-peru_0_802719730.html

Wuju! Shave Ice and Fruits - Franquicia. (2012). Obtenido de

<http://www.wuju.com.pe/#&panel2-3>

Banco Central del Ecuador. (2013). Obtenido de BCE: <http://www.bce.fin.ec/>

Código del Trabajo. (2013). Obtenido de <http://omarawadyepej.jimdo.com/tipos-de-contrato/>

Consejo de Educación Superior. (2013). Obtenido de

<http://www.ces.gob.ec/ies/universidades-y-escuelas-politecnicas>

Ecuador Legal Online. (2013). Obtenido de

<http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/decimo-tercer-sueldo/>

M.I. Municipio de Guayaquil. (2013). Obtenido de M.I. Municipio de Guayaquil:

<http://www.guayaquil.gov.ec/?q=content/tr%C3%A1mites-en-uso-del-espacio-y-v%C3%ADa-p%C3%BAblica>

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

- Ministerio de Educación del Ecuador. (2013). Obtenido de <http://educacion.gob.ec/estudios-sociales/>
- RAE. (2013). Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/>
- Adsmarketlam. (2005). *Marketing de Afiliación*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/iab2012/qu-es-el-marketing-de-afiliacin>
- Ander-Egg, E. (1990). Repensando la investigación-acción participativa. . En V.-G. Gobierno Vasco.
- Baena Graciá, V. (2010). Teorías y líneas de investigación en el sistema de franquicia: una revisión desde los años 60 hasta 2009. *Cuadernos de Gestión*, 43-66.
- Baker, S. N., & Kennedy, P. F. (1994). Death by Nostalgia: A Diagnosis of Context-Specific Cases. En C. T. Allen, & D. R. John, *Advances in Consumer Research* (págs. 169-174). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Bedolla, D. (2013). *Multinivel.org.mx*. Obtenido de <http://www.multinivel.org.mx/>
- Buffett, W. (2005). Obtenido de <http://www.muscariparfum.com/mercadeoenredes.html>
- Contratatación, P. d. (2013). Obtenido de http://letrasalderecho.info/principios_contratacion.html
- Davis, F. (1979). *Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia*. Nueva York: Free Press.
- Diez de Castro, E. C., & Rondán Cataluña, F. C. (2004). *La Investigación Sobre Franquicia*. Universidad de Sevilla. Sevilla, España: Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.
- El Telégrafo, R. A. (9 de Octubre de 2011). El Comercio Impulsa el Crecimiento de Guayaquil. *El Telégrafo*.
- El Universo, R. E. (23 de Julio de 2010). 42% de las 100 empresas más grandes está en Guayaquil. *El Universo*.
- ETIMOLOGIAS.com. (s.f.). Obtenido de 2012: <http://etimologias.dechile.net/?carne>
- Fehrer, F., & Gallastegui, J. M. (06 de Abril de 2008). *Glosario de Términos de Franquicias*. Obtenido de Soy Entrepreneur: <http://www.soyentrepreneur.com/glosario-de-terminos.html>
- Garrido Samaniego, M. J., & Pérez Santana, M. P. (1994). *Un Esquema de Agencia para una Forma Organizativa Híbrida: La Franquicia*. Universidad de Valladolid. Valladolid, España: Anales de estudios económicos y empresariales.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación 5ta Edición*. México DF: McGraw-Hill.
- Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (1991). Echoes of the Dear Departed Past: Some Work in Progress in Nostalgia. En L. H. Holman, & M. R. Solomon, *Advances in Consumer Research* (págs. 330-333). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- IPSA. (2010). Ecuador Overview 2010. En IPSA, *Ecuador Overview 2010* (pág. 127). Obtenido de 4 IPSA Group Latin America, Ecuador Overview 2010, p. 127
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Finance Economics*.
- Kiyosaki, R. (2001). Obtenido de <http://mlm-enrique.blogspot.com/2008/01/redes-de-mercadeo.html>
- Kiyosaki, R. (2001). *REDES DE MERCADEO*. Obtenido de <http://www.redesdemercadeo.pe/>
- Marchegiani, C., & Phau, I. (2008). "Remembering the Way it Was": Development and Validation of the Historical Nostalgia Scale. Curtin University of Technology, Bentley.
- McClelland, D. (1961). http://www.12manage.com/methods_mcclelland_theory_of_needs_es.html. Obtenido de <http://es.slideshare.net/iab2012/qu-es-el-marketing-de-afiliacin> http://www.12manage.com/methods_mcclelland_theory_of_needs_es.html
- Mercurio. (01 de 01 de 2010). Obtenido de <http://www.elmercurio.com.ec/226463-que-son-los-fondos-de-reserva.html>
- Ministerial, A. (07 de Marzo de 2013). Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/decimo-cuarto-sueldo/>
- Moss, S. (15 de Abril de 2010). *Psychlopedia: Nostalgia*. Obtenido de Psych-It: <http://www.psych-it.com.au/Psychlopedia/article.asp?id=382>
- Phau, I., & Marchegiani, C. (2010). *The Value of Historical Nostalgia for Marketing Management*. Perth, Australia: Emerald Group Publishing Limited.
- Promonegocios.net. (Enero de 2007). Obtenido de PROMONEGOCIOS.NET: <http://www.promonegocios.net/distribucion/tipos-canales-distribucion.html>

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

- Quiles Abad, J. (2006). *El Mercado de la Franquicia en el Ecuador*. Instituto Español de Comercio Exterior, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito. Quito: Notas Sectoriales.
- Racioppe, L. B. (8 de Septiembre de 2008). *ucasal.net*. Obtenido de <http://www.ucasal.net/>: <http://www.ucasal.net/unid-academicas/artes-y-ciencias/congresos/redcom10/archivos/redcom-ponencia/Ejes23y4/Eje3/Mesa3-2/Racioppe-Rotouno-Porta-Poire.pdf>
- Rutherford, J., & Shaw, E. H. (2011). *What Was Old Is New Again: The History of Nostalgia as a Buying Motive in Consumption Behavior*. University of Texas at Tyler; Florida Atlantic University, College of Business and Technology; College of Business, Tyler, TX; Boca Raton, FL.
- Stern, B. B. (1992). Historical and Personal Nostalgia in Advertising Text: The Fin de Siecle Effect. *Journal of Advertising*, 11-22.
- Tarbutton, L. T. (1986). *Franchising: The How-To Book*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Thelabyr. (2012). Obtenido de <http://www.thelabyr.cl/BAV/>
- Trump, D. (20 de Febrero de 2007). Obtenido de <http://loquedicedonaldtrumpdelnm.blogspot.com/>
- UNIVERSO, E. (15 de Noviembre de 2009).
- Villagrán, L. (2008). *Aspectos Legales de la Franquicia en el Ecuador*. Obtenido de Asociación Ecuatoriana de Franquicias: <http://www.aefran.org/aspectoslegales.html>
- Young & Rubicam Inc. (2000). *Brand Asset Valuator*.

CAPÍTULO 12

ANEXOS

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

12. ANEXOS

ANEXO # 1

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS N°1-2013

Comparecen a la suscripción del presente Contrato por una parte, la compañía "**FUSIVISION S.A.**", empresa legalmente constituida, representada en su calidad de Gerente General por **LUIS EDUARDO CÓRDOVA FERNÁNDEZ** con **CI# 0915296040** a quien en adelante y para efectos de este Contrato se lo denominará "**EL CONTRATANTE**"; por otra parte la señorita **KARINA ALEXANDRA MATUTE ZÚÑIGA** con **CI#0758308659**, domiciliada en Cdla. Villa del Rey Manzana 5ta Villa# 6 de la ciudad de Guayaquil, por sus propios derechos, a quien en adelante se lo denominará "**EL CONTRATADO**". Ambos en pleno goce de su capacidad civil para ejercer derechos y contraer obligaciones; quienes libres y voluntariamente, convienen en la celebración del contrato, contenido en las cláusulas que se detallan a continuación:

CLÁUSULA PRIMERA – ANTECEDENTES:

EL CONTRATANTE es una persona jurídica, legalmente constituida, domiciliada en la ciudad de Guayaquil cuya actividad comercial es actividades de publicidad. Para tal efecto requiere contratar los servicios profesionales de una asesora de cuentas para que realice lo siguiente:

- Comercialice los servicios de la empresa.
- Cobre los contratos que venda.

EL CONTRATADO, se dedica a comercializar servicios de agencias de publicidad.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO:

Mediante el presente documento, **EL CONTRATADO** se compromete a ofrecer su servicio a **EL CONTRATANTE**, para efectos de cumplir con las metas de ventas, políticas y horarios establecidos en la empresa.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

CLÁUSULA TERCERA – PROCEDIMIENTO:

EL CONTRATADO dará su servicio a **EL CONTRATANTE** trabajando 8 horas diarias como lo establece la ley; sin embargo si **EL CONTRATANTE** desea proveerse del servicio profesional fuera del cronograma establecido, este tendrá que cancelar horas extras a **EL CONTRATADO** según lo establece la ley y según la disponibilidad de tiempo.

CLÁUSULA CUARTA – SUELDO:

El sueldo acordado entre **EL CONTRATANTE** y **EL CONTRATADO** será de \$350 más beneficios de ley.

CLÁUSULA QUINTA – CONFIDENCIALIDAD:

Durante el tiempo que se celebre el presente contrato **EL CONTRATADO** no podrá remitir por ningún concepto a otra compañía información referente a ningún proceso, administrativos, financiero, de venta o producción de la empresa.

CLÁUSULA SEXTA – SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS:

Si llegase a surgir un conflicto entre ambas partes, se procederá a realizar un arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil, para dar solución a los conflictos presentados.

CLÁUSULA SÉPTIMA – PLAZO:

El presente contrato tendrá una vigencia de un año y se da por inicio a partir de la fecha en que se firma el contrato.

CLÁUSULA OCTAVA - ACEPTACIÓN Y RATIFICACIÓN:

Las partes contratantes aceptan y ratifican cada una de las cláusulas precedentes por así convenir a sus legítimos intereses, firmando en unidad de acto para constancia y validez, ante la autoridad competente del trabajo quien certifica, en un original y dos copias de igual tenor, en la ciudad de Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2013.

Luis Córdova Fernández
CI# 00915296040
EL CONTRATANTE

Karina Matute Zúñiga
CI# 0758308659
EL CONTRATADO

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ANEXO # 2

Código de Ética

Objetivo: Mejorar continuamente las relaciones entre los colaboradores, proveedores y clientes de la empresa. Basados principalmente en la ética, moral, buenas costumbres y profesionalismo.

Alcance: El presente código de ética aplica para todos los colaboradores de la empresa.

Responsabilidades: Cada uno de los colaboradores es responsable del cumplimiento del presente código de ética.

Política de Conducta:

- Ser íntegro, leal y honesto en toda ocasión.
- Ser comprometido y responsable con las actividades personales.
- Respeto en todo momento, a toda hora y en todo lugar con los compañeros de trabajo.
- Trabajo en equipo para solucionar inconvenientes.
- Uso adecuado y cuidado de los bienes de la empresa.
- Estar comprometido con las políticas normas y objetivos de la empresa.

Aplicación del código de ética:

- Corrupción, sobornos, obsequios de proveedores o clientes no está permitido por política de la empresa.
- Igualdad de oportunidades entre todos los colaboradores de la empresa, todos serán tratados de la misma manera.
- Toda información de la empresa es confidencial.

En caso de que no se cumpla con algún literal del presente código de ética cada persona será responsable por sus actos y el jefe inmediato será el responsable de notificar al gerente general para que se proceda con la sanción respectiva al margen de la ley.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ANEXO# 3

Tarjeta con beneficios
ENTREVISTA A PROFUNDIDAD
(POTENCIALES CLIENTES)

CONCEPTO

“BOONUS ” es una tarjeta de red de beneficios especiales en establecimientos afiliados selectos, esta tarjeta tendrá como usuarios a miembros de escuelas, colegios, universidades, instituciones públicas y privadas de la ciudad de Guayaquil.

Con la tarjeta “BOONUS” se fortalece la identidad personal con la institución ya que se le da mayor valor y utilidad a la identificación personal. Esto se lo consigue con los superiores y exclusivos descuentos que nuestra selecta red de afiliados ofrece a nuestros usuarios en las áreas de entretenimiento, salud y belleza, educación, compras y comidas y restaurantes.

Beneficia a todos los miembros de la empresa o institución con importantes ahorros mensuales en los principales locales y establecimientos de su constante consumo, incrementando el grado de pertenencia con la empresa o institución.

(MOSTRAR CARNÉ) (MOSTRAR POSIBLES BENEFICIOS)

CUESTIONARIO

P0: ¿Cuál es su nombre? ¿Qué cargo tiene en esta empresa o institución?

P1: ¿Su (empresa / institución) ofrece identificación personales sus miembros?

(En caso de que NO preguntar ¿Por qué no? y continuar con la pregunta 3)

P2: ¿Qué uso tiene esta identificación? ¿Para ingresar y salir de la (institución/ empresa) o lugares internos? ¿Solo como identificación personal? ¿Descuentos y/o promociones en establecimientos comerciales?(Si tiene beneficios preguntar ¿Cuáles son los principales?)

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

P3: ¿Estaría dispuesto a identificar a su personal con un carné con los mejores beneficios en los principales establecimientos comerciales?

P4: ¿Cómo le gustaría que sea el carné de su institución? ¿Qué beneficios le gustaría que tenga para los miembros de su institución?

P5: ¿Le gustaría que el carné tenga un holograma con el logo de su institución como medida de seguridad?

EXPLICAR CONCEPTO BOONUS

P6: ¿Qué le parece la tarjeta BOONUS? ¿Qué aspectos positivos le ve a la tarjeta? ¿Qué aspectos negativos le ve a la tarjeta?

P7: ¿Le interesaría que los miembros de su institución tengan estos beneficios (**NOMBRAR BENEFICIOS**)? ¿Por qué?

P8: ¿Estaría dispuesto a pagar \$1.5 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta “BOONUS”? (**Si es NO, pasar a la pregunta P14**)

P9: ¿Estaría dispuesto a pagar \$2 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta “BOONUS”? (**Si es NO, pasar a la pregunta P14**)

P10: ¿Estaría dispuesto a pagar \$2.5 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta “BOONUS”? (**Si es NO, pasar a la pregunta P14**)

P11: ¿Estaría dispuesto a pagar \$3 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta “BOONUS”? (**Si es NO, pasar a la pregunta P14**)

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

P12: ¿Estaría dispuesto a pagar \$3.5 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta "BOONUS"? (Si es NO, pasar a la pregunta P14)

P13: ¿Estaría dispuesto a pagar \$4 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta "BOONUS"? (Si es NO, pasar a la pregunta P14)

P14: ¿Le interesaría que para eventos masivos de su institución la tarjeta "BOONUS" le facilite premios para sus miembros, a cambio de publicidad dentro de su institución?

P15: ¿Qué otro servicio le interesaría le ofrezca la tarjeta "BOONUS"? ¿Por qué?

P16: ¿Estaría dispuesto a carnetizar a los miembros de su institución con la tarjeta "BOONUS"? ¿Por qué?

AGRADECER Y TERMINAR

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ANEXO# 4

CONCEPTO

"BOONUS " es una tarjeta de red de beneficios especiales en establecimientos afiliados selectos, esta tarjeta tendrá como usuarios a miembros de escuelas, colegios, universidades, instituciones públicas y privadas de la ciudad de Guayaquil.

Es una excelente oportunidad para promocionar su marca en instituciones y empresas del mercado guayaquileño, como también una puerta a incentivar el consumo de algún producto o servicio en el mercado. Impactando directamente en sus ventas mensuales con resultados muy atractivos.

Esto lo obtenemos promocionando entre nuestros tarjetahabientes beneficios exclusivos y superiores que nuestras selectas empresas afiliadas brindan a los usuarios de nuestras tarjetas en las áreas de entretenimiento, salud y belleza, educación, compras y comida y restaurantes.

CUESTIONARIO

P0: ¿Cuál es su nombre? ¿Qué cargo tiene en esta empresa?

P1: ¿Su empresa o locales tienen algún convenio con alguna tarjeta de descuento?

(En caso de que NO preguntar Ir a la pregunta 10)

P2: Con que tarjeta de descuento tiene? ¿Qué promoción o beneficio usted les otorga? ¿Por qué?

P3: ¿Se siente satisfecho con el servicio que le retribuye la tarjeta de descuento? ¿Por qué? ¿Qué le ofrece?

P4: ¿Cuantos clientes le vienen a consumir a la semana/ mes usando la tarjeta de descuento?

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

P5: ¿Si usted tuviera la oportunidad de ofrecer un mejor beneficio superior y exclusivo a una tarjeta de descuento a cambio de obtener mejores resultados y un mejor servicio por parte de la tarjeta ¿Lo daría? ¿Qué ofrecería?

P6: ¿Qué le gustaría que la tarjeta de descuento le ofrezca? ¿Por qué?

EXPLICAR CONCEPTO BOONUS

P7: ¿Qué le parece la tarjeta BOONUS?

P8: ¿Le interesaría formar parte de los establecimientos afiliados a la red? ¿Por qué?

P9: Estaría dispuesto a pagar \$100 mensuales por permanecer en la red de establecimientos afiliados de la tarjeta de descuento?

AGRADECER Y TERMINAR

P10: ¿Por qué no tiene? (**Referente a la P1**)

P11: ¿Estaría dispuesto a ofrecer un descuento o promoción exclusivo y superior a una tarjeta de descuentos?

(**En caso de que NO pregunte ¿Por qué no? y continuar con el CONCEPTO BOONUS antes de la pregunta 15**)

P12: ¿Qué es lo mejor que podría ofrecer?

(**Esperar a que la persona diga, si no se le ocurre guiarlo con las siguientes opciones, preguntar una por una**)

- Porcentaje de Descuento ¿Cuánto?
- Obsequio por la compra

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

- 2x1, 3x, etc.
- Algún otro...

P13: ¿Podría ofrecer algo mejor a eso? ¿Qué?

P14: ¿Que le gustaría recibir por parte de la tarjeta de descuento a cambio del beneficio o promoción usted le brindaría a los usuarios?

EXPLICAR CONCEPTO BOONUS

P15: ¿Qué le parece la tarjeta BOONUS? ¿Qué aspectos positivos le ve a la tarjeta? ¿Qué aspectos negativos le ve a la tarjeta?

P16: ¿Le interesaría formar parte de los establecimientos afiliados a la red? ¿Por qué?

P17: ¿Estaría dispuesto a pagar \$100 anual por pertenecer a la red de beneficios especiales de la tarjeta de descuento?

AGRADECER Y TERMINAR

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ANEXO# 5

Código

Buenos días/ tardes. Soy _____ estudiante de la UCSG y estoy realizando una Investigación de Mercados sobre los beneficios que le gustaría tener en la identificación de su (empresa /institución).

CUESTIONARIO

¿Tiene identificación personal en la institución donde trabaja o estudia? RU

USO	(1)
Sí	1
No	2

(En caso de ser "NO", pasar a la pregunta 3)

¿Cuál es el uso que le da a su identificación? RM (Contestar SI o NO)

USO DE SU IDENTIFICACIÓN	SI	NO
Descuentos y Beneficios en locales comerciales (2)	1	2
Entrar o salir de la institución (Lugares internos) (3)	1	2
Identificación personal (4)	1	2

¿Tiene alguna de estas tarjetas de descuento en establecimientos afiliados ? RM (Si es NO pasar a pregunta 6)

¿Usa la tarjetas _____, _____, _____...? RM

¿En que la usa más?

(PRESENTAR TARJETA #1 SEGMENTOS DE PREFERENCIA)

¿De los siguientes sectores que le voy a mostrar en cual prefiere tener beneficios? RU

PREG 3 POSEE	Tarjeta de descuentos	PREG 4 SI	PREG 4 NO	PREG 5 En que la usa más
(5)	1 Club de Lectores – El Universo (12)	1	2	(19)
(6)	2 Expreso (13)	1	2	(20)
(7)	3 Mi Comisariato (14)	1	2	(21)
(8)	4 Supermaxi (15)	1	2	(22)
(9)	5 Tarjeta Raul Coca Barriga (16)	1	2	(23)
(10)	6 Redlinks (17)	1	2	(24)
(11)	OTRA _____ (18)	1	2	(25)

(PREGUNTA 6)	(26)
Preferencia	
ENTRETENIMIENTO Y DIVERSIÓN	1
SALUD Y BELLEZA	2
EDUCACIÓN	3
COMPRAS	4
COMIDA Y RESTAURANTES	5

Del sector _____ (Según la pregunta 6) en que establecimiento de prefiere los beneficios o promociones? RM

COMPLETAR SOLO EL SECTOR QUE ESCOGIÓ

ENTRETENIMIENTO	
BOLOS	(27)
Strickes	1
Cosmic Bowling	2
CINES	(28)
Supercines	1
Cinemark	2
Imax	3
CENTROS DE RECREACION	(29)
Morgan	1
Zoo del Pantanal	2
CANCHAS SINTÉTICAS	(30)
Futbol Center	1
Holligans	2

SALUD Y BELLEZA	
FARMACIAS	(31)
Fybeca	1
Cruz Azul	2
Pharmacies	3
GIMNASIOS	(32)
Curves	1
HyperGym	2
Gold Gym	3
MEDICOS	(33)
Interlab	1
Optica Gil	2
Clinica Kennedy	3
Omnihospital	4

COMIDA Y RESTAURANTES	
CAFETERIAS	(34)
Sweet & Coffee	1
Juan Valdez	2
Café Olalá	3
Café Bombmon	4
RESTAURANTES	(35)
Puerto Moro	1
Cocolón	2
Rachys	3
Una Vaca en el Tejado	4
La Tablita del Tártaro	5
Parrillada del Ñato	6
Sport Planet	7
Winger´s	8
Fanáticos	9
Chili´s	10
Tonny Roma´s	11
PIZZERIAS	(36)
Pizza Hut	1

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

EDUCACIÓN	
ACADEMIAS DE IDIOMAS	(38)
Benedict schools	1
Copei	2
Alianza Francesa	3
Centro Ecuatoriano Chino	4
Wall Street Institute	5
ESCUELAS DE ESPECIALIDADES	(39)
Cuty Ycaza Academy	1
Esperanza Ferra Soto	2
Escuela de los Chefs	3

COMPRAS	
	(40)
Pinto	1
Lee	2
Baisano	3
Super Éxito	4
Etafashion	5
Las fragancias	6
Pelucas y postizos	7
Aromas y recuerdos	8
De Prati	9
Marathon	10

Domino's	2
Piza Adicta	3
Papa Jhon's	4
Master Pizza	5
HELADERIAS Y FRUTERIAS	(37)
Fragola	1
Sorbeto	2

- 1) En el segmento de tu preferencia(**Según pregunta 6**) que tipos de promociones o beneficios preferirías?
(**SELECCIONAR SOLO EL SECTOR QUE SE ESCOGIÓ**)

ENTRETENIMIENTO	
BOLOS	(41)
Paga 2 líneas de bolos por el precio de una	1
Paga dos líneas de bolos y una ronda de piqueos gratis	2
Paga dos líneas de bolos y recibe un coctel gigante	3
CINES	(42)
Paga dos entradas al cine y recibe una funda de canguil mediana	1
Entrada al cine a \$3 dólares	2
2 x 1 de Lunes a Domingo	3
CENTROS DE RECREACION	(43)
Entrada a la mitad de precio	1
Una agua o cola de cortesía	2
2X1 en la entrada	3
CANCHAS SINTÉTICAS	(44)
\$20 alquiler cancha por hora	1
Dos horas por \$40 dólares	2
5 bebidas hidratantes o dos cervezas por cada hora alquiler	3

SALUD Y BELLEZA	
FARMACIAS	(45)
Descuento del 10%, 20% en consumo	1
Obsequio por compras mayores a \$20	2
GIMNASIOS	(46)
25% de descuento en mensualidades	1
Matrícula Gratis	2
2 X1 en mensualidades	3
MEDICOS	(47)
Consulta médica Gratis	1
10%, 20% y 30% de descuento en tratamientos	2

COMPRAS	
	(54)
10%,20%,30% de descuento	1
Bolso de obsequio por compras superiores a \$40	2
Tarjeta de Regalo de \$5 por compras superiores a \$50	3

EDUCACIÓN	
ACADEMIAS DE IDIOMAS	(52)
Matrícula Gratis	1
10%,20%,30% de descuento en mensualidad	2
Libros con el 50% de descuento	3
2x1 en mensualidades	4
ESCUELAS DE ESPECIALIDADES	(53)
Matrícula Gratis	1
10%,20%,30% de descuento en mensualidad	2
Libros con el 50% y 75% de descuento	3
Primer mes gratis	4

COMIDA Y RESTAURANTES	
CAFETERIAS	(48)
Por compras superiores a \$10 una botella de agua gratis	1
Palitos de queso de bienvenida	2
Descuento del 10%, 20% o 30% en consumo.	3
RESTAURANTES	(49)
Postre de obsequio por compra mayor a \$15	1
Bebidas de cortesía	2
10%,20%,30% de descuento en consumo	3
Porción de papas o patacones de bienvenida	4
Segundo plato a mitad de precio	5
Postre a su elección de cortesía	6
2 Cervezas gratis por compras superiores a \$20	7
PIZZERIAS	(50)
La segunda pizza a mitad de precio	1
Porción de deditos de cortesía	2
Botella de 3lts de cola gratis	3
Come y toma todo lo que quieras por \$6 dólares.	4
Envío a domicilio gratis	5
HELADERIAS Y FRUTERIAS	(51)
2 X 1 en helados	1
Botella de agua gratis	2
Empanada de cortesía por compra superior a \$15	3
2 x 1 en jugos y bebidas	4

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

- 2) En el segmento _____ (Según la pregunta 6) ¿Que otro beneficio que no se haya nombrado le gustaría que el establecimiento afiliado le ofrezca ? **RM**

(55 - 56) _____

(E: PRESENTAR CONCEPTO CENTRO COMERCIAL)

- 3) **(MOSTRAR TARJETA #2 ESCALA DE AGRADO)** Mirando esta escala de 1 a 5, donde 1 es Me desagrada Mucho y 5 Me agrada Mucho, me puede decir el Nivel de Agrado que siente por esta tarjeta de descuentos? **RU**

Me Desagrada Mucho		(57)		Me Agrada Mucho	
1	2	3	4	5	

- 4) **(MOSTRAR TARJETA # 3 ESCALA DE DISPOSICIÓN)** Mirando esta escala de 1 a 5, donde 1 es nada dispuesto y 5 Muy dispuesto, me puede decir que tan dispuesto está en usar esta tarjeta de descuento para sus compras I **RU**

Nada Dispuesto		(58)		Muy Dispuesto	
1	2	3	4	5	

DATOS DEL ENTREVISTADO

NOMBRE DEL ENTREVISTADO /A: _____ TELÉFONOS: _____

<u>Edad</u>	(59)	<u>Trabaja o estudia?</u>	(60)	
De 12 a 17	1	Solo estudia	1	→ ¿Dónde?_------(61)
De 18 a 23	2	Solo trabaja	2	→ ¿Qué sector?_____ (62)
De 23 a mas	3	Estudia y trabaja	3	
		Ninguna de las dos	4	

<u>Sexo</u>	(63)
Hombre	1
Mujer	2

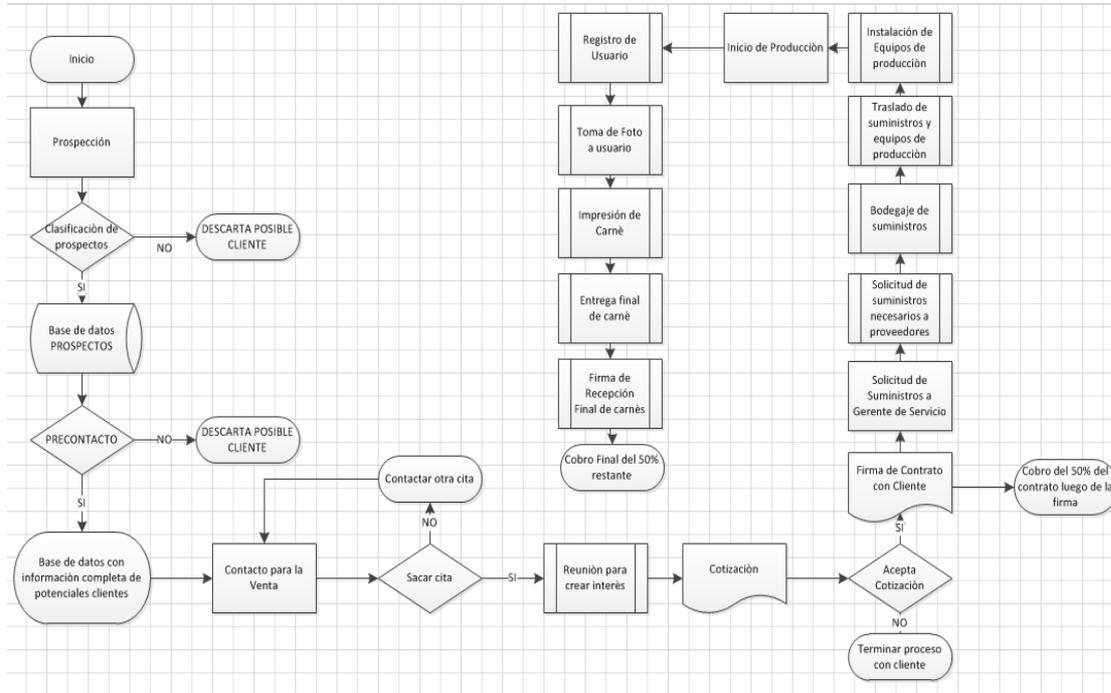
FECHA:

AGRADECER Y TERMINAR

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ANEXO# 6

FLUJOGRAMA



"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ANEXO# 7

AMORTIZACIÓN

DATOS PARA EL FINANCIAMIENTO			
Préstamo	27,027.78		
Tasa de Interés	11.20%	0.9333%	Mensual
Periodos	60		
Periodos de Gracia	0		
Pago	\$ 590.35		

Tabla 79: Datos para el Financiamiento

PERIODOS	SALDO DE CAPITAL INICIAL	PAGO	CAPITAL	INTERESES	SALDO DE CAPITAL FINAL		
0	\$ 27,027.78				\$ 27,027.78		
1	\$ 27,027.78	\$ 590.35	\$ 338.09	\$ 252.26	\$ 26,689.70		
2	\$ 26,689.70	\$ 590.35	\$ 341.25	\$ 249.10	\$ 26,348.45		
3	\$ 26,348.45	\$ 590.35	\$ 344.43	\$ 245.92	\$ 26,004.02		
4	\$ 26,004.02	\$ 590.35	\$ 347.64	\$ 242.70	\$ 25,656.38		
5	\$ 25,656.38	\$ 590.35	\$ 350.89	\$ 239.46	\$ 25,305.49		
6	\$ 25,305.49	\$ 590.35	\$ 354.16	\$ 236.18	\$ 24,951.32		
7	\$ 24,951.32	\$ 590.35	\$ 357.47	\$ 232.88	\$ 24,593.85		
8	\$ 24,593.85	\$ 590.35	\$ 360.81	\$ 229.54	\$ 24,233.05		
9	\$ 24,233.05	\$ 590.35	\$ 364.17	\$ 226.18	\$ 23,868.87		
10	\$ 23,868.87	\$ 590.35	\$ 367.57	\$ 222.78	\$ 23,501.30	AÑO 1	
11	\$ 23,501.30	\$ 590.35	\$ 371.00	\$ 219.35	\$ 23,130.30	INTERES	CAPITAL
12	\$ 23,130.30	\$ 590.35	\$ 374.47	\$ 215.88	\$ 22,755.83	\$ 2,812.23	\$ 4,271.96
13	\$ 22,755.83	\$ 590.35	\$ 377.96	\$ 212.39	\$ 22,377.87		
14	\$ 22,377.87	\$ 590.35	\$ 381.49	\$ 208.86	\$ 21,996.38		
15	\$ 21,996.38	\$ 590.35	\$ 385.05	\$ 205.30	\$ 21,611.33		
16	\$ 21,611.33	\$ 590.35	\$ 388.64	\$ 201.71	\$ 21,222.69		
17	\$ 21,222.69	\$ 590.35	\$ 392.27	\$ 198.08	\$ 20,830.42		
18	\$ 20,830.42	\$ 590.35	\$ 395.93	\$ 194.42	\$ 20,434.48		
19	\$ 20,434.48	\$ 590.35	\$ 399.63	\$ 190.72	\$ 20,034.86		
20	\$ 20,034.86	\$ 590.35	\$ 403.36	\$ 186.99	\$ 19,631.50		
21	\$ 19,631.50	\$ 590.35	\$ 407.12	\$ 183.23	\$ 19,224.38		
22	\$ 19,224.38	\$ 590.35	\$ 410.92	\$ 179.43	\$ 18,813.46	AÑO 2	
23	\$ 18,813.46	\$ 590.35	\$ 414.76	\$ 175.59	\$ 18,398.70	INTERES	CAPITAL
24	\$ 18,398.70	\$ 590.35	\$ 418.63	\$ 171.72	\$ 17,980.07	\$ 2,308.43	\$ 4,775.76
25	\$ 17,980.07	\$ 590.35	\$ 422.53	\$ 167.81	\$ 17,557.54		
26	\$ 17,557.54	\$ 590.35	\$ 426.48	\$ 163.87	\$ 17,131.06		
27	\$ 17,131.06	\$ 590.35	\$ 430.46	\$ 159.89	\$ 16,700.60		
28	\$ 16,700.60	\$ 590.35	\$ 434.48	\$ 155.87	\$ 16,266.12		
29	\$ 16,266.12	\$ 590.35	\$ 438.53	\$ 151.82	\$ 15,827.59		
30	\$ 15,827.59	\$ 590.35	\$ 442.62	\$ 147.72	\$ 15,384.97		
31	\$ 15,384.97	\$ 590.35	\$ 446.76	\$ 143.59	\$ 14,938.21		

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

32	\$ 14,938.21	\$ 590.35	\$ 450.93	\$ 139.42	\$ 14,487.29		
33	\$ 14,487.29	\$ 590.35	\$ 455.13	\$ 135.21	\$ 14,032.15		
34	\$ 14,032.15	\$ 590.35	\$ 459.38	\$ 130.97	\$ 13,572.77	AÑO 3	
35	\$ 13,572.77	\$ 590.35	\$ 463.67	\$ 126.68	\$ 13,109.10	INTERES	CAPITAL
36	\$ 13,109.10	\$ 590.35	\$ 468.00	\$ 122.35	\$ 12,641.10	\$ 1,745.22	\$ 5,338.97
37	\$ 12,641.10	\$ 590.35	\$ 472.37	\$ 117.98	\$ 12,168.74		
38	\$ 12,168.74	\$ 590.35	\$ 476.77	\$ 113.57	\$ 11,691.96		
39	\$ 11,691.96	\$ 590.35	\$ 481.22	\$ 109.12	\$ 11,210.74		
40	\$ 11,210.74	\$ 590.35	\$ 485.72	\$ 104.63	\$ 10,725.02		
41	\$ 10,725.02	\$ 590.35	\$ 490.25	\$ 100.10	\$ 10,234.77		
42	\$ 10,234.77	\$ 590.35	\$ 494.82	\$ 95.52	\$ 9,739.95		
43	\$ 9,739.95	\$ 590.35	\$ 499.44	\$ 90.91	\$ 9,240.51		
44	\$ 9,240.51	\$ 590.35	\$ 504.10	\$ 86.24	\$ 8,736.40		
45	\$ 8,736.40	\$ 590.35	\$ 508.81	\$ 81.54	\$ 8,227.59		
46	\$ 8,227.59	\$ 590.35	\$ 513.56	\$ 76.79	\$ 7,714.04	AÑO 4	
47	\$ 7,714.04	\$ 590.35	\$ 518.35	\$ 72.00	\$ 7,195.69	INTERES	CAPITAL
48	\$ 7,195.69	\$ 590.35	\$ 523.19	\$ 67.16	\$ 6,672.50	\$ 1,115.58	\$ 5,968.61
49	\$ 6,672.50	\$ 590.35	\$ 528.07	\$ 62.28	\$ 6,144.42		
50	\$ 6,144.42	\$ 590.35	\$ 533.00	\$ 57.35	\$ 5,611.42		
51	\$ 5,611.42	\$ 590.35	\$ 537.98	\$ 52.37	\$ 5,073.45		
52	\$ 5,073.45	\$ 590.35	\$ 543.00	\$ 47.35	\$ 4,530.45		
53	\$ 4,530.45	\$ 590.35	\$ 548.06	\$ 42.28	\$ 3,982.39		
54	\$ 3,982.39	\$ 590.35	\$ 553.18	\$ 37.17	\$ 3,429.21		
55	\$ 3,429.21	\$ 590.35	\$ 558.34	\$ 32.01	\$ 2,870.86		
56	\$ 2,870.86	\$ 590.35	\$ 563.55	\$ 26.79	\$ 2,307.31		
57	\$ 2,307.31	\$ 590.35	\$ 568.81	\$ 21.53	\$ 1,738.49		
58	\$ 1,738.49	\$ 590.35	\$ 574.12	\$ 16.23	\$ 1,164.37	AÑO 5	
59	\$ 1,164.37	\$ 590.35	\$ 579.48	\$ 10.87	\$ 584.89	INTERES	CAPITAL
60	\$ 584.89	\$ 590.35	\$ 584.89	\$ 5.46	\$ 0.00	\$ 411.69	\$ 6,672.50

**Tabla 80: Amortización
Elaborada por: El Autor**

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ANEXO# 8

Proceso Productivo:

Solicitud de servicio: Posterior al cierre de venta el asesor corporativo envía la solicitud de servicio con los datos completos del cliente a el gerente de afiliación y servicio de la empresa. Esta solicitud deberá ser entregada de 9:00am a 5:00pm, teniendo en cuenta que el servicio se podrá realizar desde 72 horas después de esta solicitud teniendo todos los requisitos completos.

Solicitud de suministros: Una vez que el gerente de servicio y afiliación haya recibido la solicitud de servicio deberá constatar que se haya firmado el contrato, que se haya realizado el abono del 50% del servicio y que todos los datos del cliente estén completos.

Recepción de suministros: Los suministros serán retirados 24 horas después de la solicitud de compra a los proveedores en la agencia de Guayaquil.

Preparación de suministros: Los solicitud de servicio deberá ser revisada por el gerente de afiliación y servicio, constatando que los suministros necesarios estén completos para iniciar con el servicio cuando se lo haya acordado con el cliente.

Preparación de punto de servicio: EL coordinador de servicio deberá ir personalmente a inspeccionar el lugar donde se va a realizar el servicio, constatando que existan los puntos eléctricos necesarios y que las máquinas y suministros se podrán guardar en un lugar seguro. Esta inspección deberá ser mínimo 24 horas antes del servicio. Posterior a esta inspección el gerente de afiliación y servicio aprobará el envío de las máquinas y los suministros a cargo del coordinador de servicio responsable.

Instalación para servicio: Inmediatamente constatado que el punto de servicio cumplirá todas las necesidades requeridas para su normal funcionamiento se instalarán las máquinas y se ubicarán los suministros en un lugar seguro y se realizarán las pruebas respectivas, dejando todo listo para iniciar con la carnetización.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Realización de Servicio: El día acordado se iniciará la toma de fotos e impresión de las identificaciones personales de los miembros de la institución que se esté carnetizando.

Firma de culminación de servicio: Una vez que se haya culminado con los días y la cantidad contratada de servicio se hará firmar un recibido a la persona responsable que la institución haya encargado.

Desmontaje de punto de servicio: Una vez culminado el servicio y realizada la firma de culminación de servicio se procederá a recoger los equipos, verificar que todos los suministros sobrantes estén completos y se procederá a retornar todas las máquinas con los suministros a la empresa, los cuales deberán ser entregados al Gerente de Afiliación y servicio quien constatará el buen estado de las máquinas y la llegada de los suministros completos.

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

13. MATERIAL COMPLEMENTARIO

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD – POTENCIAL CLIENTE # 1

¿Cuál es su nombre?Cuál es el nombre de su empresa? ¿Qué cargo tiene en esta empresa?

Marcela Ulloa, Unidad Educativa del Pacífico y soy Jefe Financiera

¿Su (empresa/ institución) ofrece identificación personal a sus miembros?

sí

¿Qué uso tiene esta identificación? Para ingresar y salir de la (institución/ empresa) o lugares internos? ¿Solo como identificación personal, descuentos y/o promociones en establecimientos comerciales?

Solo como identificación personal

¿Estaría dispuesto a identificar a su personal con un carné con los mejores beneficios en los principales establecimientos comerciales?

Desde luego

¿Cómo le gustaría que sea el carné de su institución? ¿Qué beneficios le gustaría que tenga para los miembros de su institución?

Con la foto del empleado, logotipo de la institución y beneficios descuentos en compras de artículos de primera necesidad.

¿Le gustaría que tenga un holograma con el logo de su institución como medida de seguridad?

claro

BOONUS, es una tarjeta de red de beneficios especiales en establecimientos afiliados selectos, esta tarjeta tendrá como usuarios a miembros de escuelas, colegios, universidades, instituciones públicas y privadas. Con la tarjeta BOONUS se fortalece la identidad personal con la institución ya que se le da mayor valor y utilidad a la identificación personal. Esto se consigue con los superiores y exclusivos descuentos que nuestra selecta red de afiliados ofrece a nuestros usuarios en las áreas de entretenimiento, salud y belleza, educación, compras y comida y restaurantes. Beneficia

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

a todos los miembros de la empresa o institución con importantes ahorros mensuales en los principales locales y establecimientos de su constante consumo, incrementando el grado de pertenencia con la empresa o institución.

¿Qué le parece la tarjeta BOONUS? ¿Qué aspectos positivos le ve a la tarjeta? ¿Qué aspectos negativos le ve a la tarjeta?

Me parece buena, porque tiene descuentos en diferentes redes, negativo no le veo ninguno por ningún lado.

¿Le interesaría que los miembros de su institución tengan estos beneficios? Porque?

Claro, porque ayudaría en beneficios con los descuentos que se ha indicado.

¿Estaría dispuesto a pagar \$1,5 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta BOONUS?

Si

¿Estaría dispuesto a pagar \$2 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta BOONUS?

Sí

¿Estaría dispuesto a pagar \$2,5 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta BOONUS?

Claro

¿Estaría dispuesto a pagar \$3 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta BOONUS?

Sería de consultar con los demás socios

¿Le interesaría que para eventos masivos de su institución la tarjeta BOONUS le facilite premios para sus miembros, a cambio de publicidad dentro de su institución?

Sí

¿Qué otro servicio le gustaría que le ofrezca la tarjeta BOONUS? Porque?

Beneficios en cuestión de farmacias, medicina, porque son situaciones que se presentan de un momento a otro, las enfermedades descuento, en ese sentido si me gustaría un descuento, también en capacitación a personal, seminarios que se presentan a menudo.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿Estaría dispuesto en carnetizar a los miembros de su institución con la tarjeta BOONUS? Por qué?

Sí, por los beneficios que me ha indicado.

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD – POTENCIAL CLIENTE # 2

¿Cuál es su nombre?

Mi nombre es Mayra Romero

¿Qué cargo tiene en esta empresa o institución?

Soy directora de Fusión odontología, es un partido político nuevo que los hemos creado en beneficio de los estudiantes.

¿Su (empresa / institución) ofrece identificación personales sus miembros?

No, al ser un grupo nuevo no contamos todavía con este.

¿Estaría dispuesto a identificar a su personal con un carné con los mejores beneficios en los principales establecimientos comerciales?

Dependiendo del beneficio que de la identificación. Si me interesaría mucho

¿Cómo le gustaría que sea el carné de su institución?

Que sea diferente, que sea exclusivo, que posea la foto y el logo del partido

¿Qué beneficios le gustaría que tenga para los miembros de su institución?

Lo principal que tenga descuentos en materiales odontológicos, en consultas dentales. Y en lo social en entretenimiento como en cines, restaurantes.

¿Le gustaría que el carné tenga un holograma con el logo de su institución como medida de seguridad?

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Sí, por supuesto.

"BOONUS " es una tarjeta de red de beneficios especiales en establecimientos afiliados selectos, esta tarjeta tendrá como usuarios a miembros de escuelas, colegios, universidades, instituciones públicas y privadas de la ciudad de Guayaquil.

Con la tarjeta "BOONUS" se fortalece la identidad personal con la institución ya que se le da mayor valor y utilidad a la identificación personal. Esto se lo consigue con los superiores y exclusivos descuentos que nuestra selecta red de afiliados ofrece a nuestros usuarios en las áreas de entretenimiento, salud y belleza, educación, compras y comidas y restaurantes.

Beneficia a todos los miembros de la empresa o institución con importantes ahorros mensuales en los principales locales y establecimientos de su constante consumo, incrementando el grado de pertenencia con la empresa o institución.

¿Qué le parece la tarjeta BOONUS?

Me parece una tarjeta interesante, ya que la mayoría de las identificaciones personales sirven como uso personal mas no poseen beneficios, y eso es lo interesante de la tarjeta.

¿Qué aspectos positivos le ve a la tarjeta? ¿Qué aspectos negativos le ve a la tarjeta?

Es algo diferente, que cuenta con beneficios que ayudarían también a la economía de las personas afiliadas. Y los negativos se tendría primero que utilizarla para poder saber el servicio.

¿Le interesaría que los miembros de su institución tengan estos beneficios descuentos en cine, restaurantes, librerías, entre otras.

Sí, por supuesto. Ya que muy aparte de incentivar a las personas que pertenecen al partido, es una manera de llamar la atención para que más personas se integren al grupo.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿Estaría dispuesto a pagar \$1.5 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta "BOONUS"?

Sí

¿Estaría dispuesto a pagar \$2 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta "BOONUS"?

Si es con los requisitos que yo deseo, sí

¿Estaría dispuesto a pagar \$2.5 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta "BOONUS"?

Deberíamos de ver todos los beneficios que posea la tarjeta, dependiendo de eso ver si vale la pena realizar esta inversión.

¿Estaría dispuesto a pagar \$3 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta "BOONUS"?

Lo mismo, depende de los descuentos y los lugares donde se vayan a realizar.

¿Le interesaría que para eventos masivos de su institución la tarjeta "BOONUS" le facilite premios para sus miembros, a cambio de publicidad dentro de su institución?

Si claro, eso es lo que más uno busca, auspiciantes y lo que se brinda es publicidad y salimos

¿Qué otro servicio le interesaría le ofrezca la tarjeta "BOONUS"? ¿Por qué?

Sorteos durante el año, en días festivos para así mismo incentivar a los usuarios de estas tarjetas.

¿Estaría dispuesto a carnetizar a los miembros de su institución con la tarjeta "BOONUS"? ¿Por qué?

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Como le dije si es con lo que yo aspiro, sí. Porque aparte de una identificación va a beneficiar y a incentivar a las personas.

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD – POTENCIAL CLIENTE # 3

¿Cuál es su nombre? ¿Cuál es el nombre de su empresa? ¿Qué cargo tiene en esta empresa o institución?

Buenos días yo soy el mayor Francisco Díaz Garván, Conserveras Guayas y soy jefe de seguridad de la misma.

¿Su (empresa / institución) ofrece identificación personales sus miembros?

Sí le ofrecemos identificación personal

¿Qué uso tiene esta identificación? ¿Para ingresar y salir de la (institución/ empresa) o lugares internos? ¿Solo como identificación personal? ¿Descuentos y/o promociones en establecimientos comerciales?(Si tiene beneficios preguntar ¿Cuáles son los principales?)

Para acreditar al personal que labora y pueda ingresar a la empresa, ya que hay áreas prohibidas, reservadas y cada carné tiene sus funciones para ingresar en cada área.

¿Estaría dispuesto a identificar a su personal con un carné con los mejores beneficios en los principales establecimientos comerciales?

Si, por supuesto. Algo que lo acredite como empleado, que identifique al ir a cualquier almacén y que reciba un beneficio

.

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

¿Cómo le gustaría que sea el carné de su institución? ¿Qué beneficios le gustaría que tenga para los miembros de su institución?

Me gustaría un carné de buena calidad, que no se lo pueda falsificar. Único en su origen e intransferible.

¿Le gustaría que el carné tenga un holograma con el logo de su institución como medida de seguridad?

Sí, desde luego.

“BOONUS ” es una tarjeta de red de beneficios especiales en establecimientos afiliados selectos, esta tarjeta tendrá como usuarios a miembros de escuelas, colegios, universidades, instituciones públicas y privadas de la ciudad de Guayaquil.

Con la tarjeta “BOONUS” se fortalece la identidad personal con la institución ya que se le da mayor valor y utilidad a la identificación personal. Esto se lo consigue con los superiores y exclusivos descuentos que nuestra selecta red de afiliados ofrece a nuestros usuarios en las áreas de entretenimiento, salud y belleza, educación, compras y comidas y restaurantes.

Beneficia a todos los miembros de la empresa o institución con importantes ahorros mensuales en los principales locales y establecimientos de su constante consumo, incrementando el grado de pertenencia con la empresa o institución.

¿Qué le parece la tarjeta BOONUS? ¿Qué aspectos positivos le ve a la tarjeta? ¿Qué aspectos negativos le ve a la tarjeta?

Me parece muy bien, poniendo un código para que se pueda acercar a cualquier local, beneficios de la salud en útiles escolares y aspectos negativos ya no serían, sino aspectos positivos por los descuentos, los convenios que hace la empresa con los locales.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿Le interesaría que los miembros de su institución tengan estos beneficios descuentos en cine, en locales más visitados de ropa, restaurantes. ¿Por qué?

Sí, por supuesto. Todo lo que sería bienestar.

¿Estaría dispuesto a pagar \$1.5 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta "BOONUS"?

Si

P9: ¿Estaría dispuesto a pagar \$2 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta "BOONUS"?

Sí

¿Estaría dispuesto a pagar \$2.5 por cada miembro de su institución para que sea identificado con la tarjeta "BOONUS"?

Podría ser pero se tendría que revisar todos los beneficios que brinda.

¿Le interesaría que para eventos masivos de su institución la tarjeta "BOONUS" le facilite premios para sus miembros, a cambio de publicidad dentro de su institución?

Claro, perfecto. Premios para eventos navideños.

¿Qué otro servicio le interesaría le ofrezca la tarjeta "BOONUS"? ¿Por qué?

Se sortee premios, como un sorteo de viaje a Galápagos en fin de año.

¿Estaría dispuesto a carnetizar a los miembros de su institución con la tarjeta "BOONUS"? ¿Por qué?

Sí, porque se está acreditando al personal que labora en la empresa y con la tarjeta tendrá ventajas y bienestar para ir a distintos lugares.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD – ESTABLECIMIENTO AFILIADO POTENCIAL # 1

¿La científica tiene algún tipo de convenio con alguna tarjeta de descuento?

Tenemos convenios con todas las tarjetas de créditos pero con tarjetas de descuentos no, desde que la nueva ley cambio las reglas.

¿No tienen tarjeta de descuento propia por el tema de la ley, pero con alguna otra tarjeta que no sea de crédito manejan algún beneficio especial?

Hay una tarjeta estudiantil que se llama REDLINKS, pero normalmente la utilizan los estudiantes de la universidad Espíritu Santo, algo en la católica pero no es muy popular entonces los estudiantes si la tienen ni se acuerdan, son pocos los estudiantes que acceden a red Links,

¿Que beneficios tienen con esta tarjeta de red Links?

Solamente descuento del 5% directamente en las compras de contado, no con tarjeta.

¿Ustedes se sienten satisfechos con el servicio que les da la tarjeta de descuento red Links?

No, primero porque nunca ofrecen promociones, no tienen suficiente propaganda, no tienen suficiente difusión, creo que no le alcanzan ni al 1% del estudiantado, ellos ni si quiera saben que la tienen o que pueden acceder a ella, es mas ellos acuden por información y red Links no comparten información con nosotros, desde hace 5 años no hablamos con ellos estamos afiliados con red link por algún convenio que se hizo, me atrevería a decir que nos mantenemos por tradición más que por otra cosa,

¿Ellos a ustedes que les ofrecen?

Nada, no nos ofrecen absolutamente nada

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿Que promedio de clientes a la semana o al mes llegan con la tarjeta red Links?

Al mes no llegan ni a 10

¿Ustedes tienen la tarjeta red link en todas las científicas?

En todas las científicas pero solo hay material pegado sticker en la católica y en la UEES, tanto que aquí en los locales del centro no la usan,

¿Si ustedes tuvieran la oportunidad de brindar un beneficio exclusivo y superior como es el caso de nosotros con la tarjeta BOONUS, lo dieran a cambio de un mejor servicio a cambio de la tarjeta de descuento en este caso por nosotros?

Si claro, es mas es lo que hemos estado buscando, con tal de tener un producto estándar en todos nuestros locales en las universidades, sin dejar a un lado los locales del centro, queremos llegar a todos los estudiantes, por ejemplo nos sucede que ejemplo en la universidad espíritu santo, hay muchos estudiantes que por las características que tienen todavía no conocen la librería. Estamos en las salidas del parqueadero, en la llegada de los buses, y los estudiantes van con las justas. No nos sucede en la Católica pero si en la UEES, hay estudiantes que no saben que estamos ahí, y es lo que queremos mejorar, la presencia de marca porque físicamente no podemos hacer nada más, la universidad exige que no se haga demasiada propaganda, no se puede poner un letrero gigante. No sucede lo mismo en la ESPOL hay muchos estudiantes que van a la facultad de matemáticas pero nada les indica que hay una científica ahí, no saben dónde está, ni los beneficios.

¿Qué quisieras que nosotros como tarjeta BOONUS, les diéramos a ustedes, en caso de que ustedes nos den a nosotros el beneficio superior?

Lo que esperaría de ustedes es la difusión.

En donde quisieran la difusión?

En las universidades que ya estamos y de ser posible en las universidades que no tenemos presencia física, yo lo que quiero es un producto que llegue a todos los estudiantes universitarios de Guayaquil. La difusión en que ellos tengan un producto que les beneficie en cualquiera de nuestros establecimientos, y que a la vez de a conocer que tenemos científica en las universidades, por ejemplo los estudiantes de la universidad Estatal van mucho a la

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

universidad Católica, por la cercanía que tienen, incluso hemos hecho alianzas con algunos proveedores para que nos dejen vender los libros y los estudiantes vayan allá, la única forma de incentivarlos que vayan allá es que hagan una compra por medio de la tarjeta.

¿Qué otro beneficio o servicio quisieran que como tarjeta BOONUS les demos, les interesaría que nosotros mensualmente les enviemos un mail masivo a toda nuestra base de datos?

Claro, la información que venga de ustedes es importantísima, ya que nosotros podríamos en base de eso sacar más promociones para el cliente frecuente, para la fidelidad del cliente, para las fechas especiales, aniversarios, fechas de cumpleaños de ellos, una serie de beneficios que hace por ejemplo la tarjeta Fybeca, que la semana de cumpleaños dan 20%, todo el mes Fybeca, realizar algo parecido, y por medio de ustedes informar, decir todos el 20% , la semana de la científica. Teniendo esa base de datos enviar un correo masivo, o por medio de ustedes enviar para que los estudiantes acudan a la universidad, inclusive los queremos hacer en la entrada de clases, aunque suena contradictorio porque va más alumnos pero es una forma de premiar por la fidelidad, por entrada de clases que todos los estudiantes tengan el 10% automáticamente, o van a acceder a estos obsequios, o van a tener este valor plus, etc.

¿Les interesaría que mensualmente les enviemos un informe de cuantos clientes usuarios de nuestra tarjeta fueron a los locales de ustedes?

Claro, sería perfecto, incluso nosotros parte del proyecto que queríamos compartir con ustedes es que nosotros sistemáticamente identifiquemos nuestros locales con la tarjeta para poder compartir información, si el producto resulta como lo esperamos podemos ir agregando más cosas, pero todo depende de la frecuencia con la que lo usen, que no nos suceda lo mismo que con red Links, Por ejemplo con la red Links no vale la pena hacer una inversión por la poca cantidad de clientes que llegan a las librerías.

¿Ustedes tendrían algún inconveniente en fechas o eventos importantes, que como científica participen en eventos con cupos u obsequios, usándolo como manera de promoción, tendrían algún problema de brindar algún tipo de cupos como obsequios?

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

No, ninguno. Siempre y cuando ya hayamos tenido un trabajo preliminar. El problema que hemos tenido con dar auspicio, por ejemplo en el caso de la universidad nos han llamado para que auspiciemos pero nunca nos han dicho el beneficio, ya que esto no deja de ser un negocio, realmente no es filantropía sino es un auspicio y que como marca estemos en algún lado, cosas que no convence al área comercial. Nos dejan más comprometidos y no satisfechos. Es un contrato de dar y recibir, así son los negocios. Si nosotros vemos las cosas bien el dar un obsequio, promocionar o dar auspicio no es ningún inconveniente.

La tarjeta BOONUS en su proyección buscamos mejorar continuamente, tanto que los establecimientos afiliados se sientan satisfechos como nuestros clientes que serán los rectores, gerentes, así mismo a los usuarios de las tarjetas, queremos que realmente las usen, de nada nos sirve tener 20000 tarjetahabientes, sucederían dos cosas o que no esté la científica o la gente no se está enterando que tienen ese beneficio.

¿Estaría dispuesto, en caso de que este beneficio se bueno a pagar una afiliación anual para pertenecer a la red de beneficios, siempre y cuando los usuarios de esta tarjeta asistan continuamente a realizar compras en los locales de ustedes?

Claro, como le dije todo depende del uso que le comiencen a dar a la tarjeta. Alguna vez lo hicimos con Servilibro, pagábamos un valor

¿De cuánto era el valor?

No recuerdo, fue hace mucho tiempo, pero nunca fueron a comprar, nunca la usaban, lo que es red Links tengo entendido que cobran un valor anual, pero es mínimo, se han querido extender pero no ofrecen nada.

¿No sabe el valor que cobra red links?

No, eso siempre manejaba el área administrativa. Aun incluso nuestros dependientes no saben si aún sirve la tarjeta. No llegan ni 10 al mes los estudiantes que usan la tarjeta, es mínimo.

¿Qué aspectos positivos le ve a la tarjeta BOONUS?

Realmente el mayor aspecto es que llegue a los estudiantes, al estar en convenio con la asociación estudiante, lo que yo quisiera es hablar con el estudiantado porque es mi mayor

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

cliente, aparte de la universidad en si mi mayor cliente es el estudiantado y creo que el estudiantado se merece un trato preferencial desde hace mucho tiempo, he tratado de encontrar alguna forma y creo que esa es la vía por donde le puedo dar, por medio de esta tarjeta porque viene de los estudiantes entonces generalmente un producto que viene de estudiante a estudiante es mucho más creíble a que venga de la universidad mismo.

Al venir de los estudiantes van a sentir que es una preocupación por mejorar su calidad de compras y ese tipo de cosas.

¿Qué aspectos negativos le ve a la tarjeta BOONUS?

Por ahora no me he puesto a analizar si le veo algún aspecto negativo, por ahora me gustaría que lleguen a todas las universidades de Guayaquil dependientemente si ustedes deseen expendirse a nivel nacional, si me gustaría que lleguen a todas las universidades de Guayaquil, nos gustaría estar en todas las universidades y físicamente no podemos estar en todas pero queremos que la librería científica se identifique aquí en la ciudad como la librería del universitario.

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD – ESTABLECIMIENTO AFILIADO POTENCIAL # 2

¿Cuál es su nombre?Cuál es el nombre de su empresa? Qué cargo tiene en esta empresa?

Mi nombre es Vanessa Andrade, soy gerente de marketing de Cevicherías Marcelo

¿Su (empresa/ institución) tiene algún convenio con alguna tarjeta de descuento? Por qué?

No

¿Por qué no tiene?

Porque no me han ofrecido este tipo de tarjetas.

¿Estaría dispuesto a ofrecer un descuento, promoción exclusiva y superior a una tarjeta de descuentos?

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Claro, dependiendo de las ventajas que eso me traería

¿Qué es lo mejor que podría ofrecer?

Un 2X 1

¿Podría ofrecer algo más que eso?

Si, podría ofrecer una coca- cola gratis

¿Qué lo gustaría recibir por parte de la tarjeta de descuento a cambio del beneficio o promoción que usted brindaría a los usuarios?

Que mucha más gente venga a mi establecimiento.

BOONUS, es una tarjeta de red de beneficios especiales en establecimientos afiliados selectos, esta tarjeta tendrá como usuarios a miembros de escuelas, colegios, universidades, instituciones públicas y privadas de la Ciudad de Guayaquil. Es una excelente oportunidad para promocionar su marca en instituciones y empresas del mercado Guayaquileño, como también una puerta a incentivar el consumo de algún producto o servicio en el mercado. Impactando directamente en sus ventas mensuales con resultados muy atractivos. Esto lo obtenemos promocionando entre nuestro tarjetahabientes beneficios superiores y exclusivos que nuestras selectas empresas afiliadas brindan a los usuarios de nuestras tarjetas en las áreas de entretenimiento, salud y belleza, educación, compras y comido y restaurantes.

¿Qué le parece la tarjeta BOONUS? Qué aspectos positivos le ve a la tarjeta? Qué aspectos negativos le ve a la tarjeta?

Es algo muy bueno lo que ustedes están ofreciendo a las empresas, lo positivo que voy a obtener más clientela y lo negativo es la inversión que se realiza.

¿Le interesaría formar parte de los establecimientos afiliados a la red? Por qué?

Claro, porque de esa manera tenemos a más clientela que venga a consumir a mi establecimiento.

¿Estaría dispuesto a pagar \$100 al año por pertenecer a la red de beneficios especiales de la tarjeta de descuentos?

“PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA “BOONUS” COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Claro, porque eso me va a beneficiar mucho más y 100 dólares al año no sería nada.

**ENTREVISTA A PROFUNDIDAD – ESTABLECIMIENTO AFILIADO
POTENCIAL # 3**

¿Cuál es su nombre?Cuál es el nombre de su empresa? Qué cargo tiene en esta empresa?

Mi nombre es Andrés Iñiguez, trabajo en Pollos Hebra, soy administrador.

¿Su (empresa/ institución) tiene algún convenio con alguna tarjeta de descuento? Por qué?

No, por el momento no tenemos ninguna tarjeta de descuento.

¿Por qué no tiene?

Porque no hemos visto factible, ya que es una inversión grande y no hay una empresa que nos brinden los beneficios para ofrecer este tipo de descuentos.

¿Estaría dispuesto a ofrecer un descuento, promoción exclusiva y superior a una tarjeta de descuentos?

Por supuesto

¿Que es lo mejor que podría ofrecer?

A nuestros clientes no muy habituales se le daría un 15% de descuento en un día específico, un 20% a clientes más habituales y un 25% de descuentos a clientes que compren una gran cantidad de comida para eventos sociales.

¿Podría ofrecer algo más que eso?

Si, un día a la semana un 2 X1.

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

¿Qué lo gustaría recibir por parte de la tarjeta de descuento a cambio del beneficio o promoción que usted brindaría a los usuarios?

Lo que uno busca en este tipo de cosas, es la publicidad, es lo más importante, que la empresa sea reconocida mucho más de lo que la conocen ahora.

BOONUS, es una tarjeta de red de beneficios especiales en establecimientos afiliados selectos, esta tarjeta tendrá como usuarios a miembros de escuelas, colegios, universidades, instituciones públicas y privadas de la Ciudad de Guayaquil. Es una excelente oportunidad para promocionar su marca en instituciones y empresas del mercado Guayaquileño, como también una puerta a incentivar el consumo de algún producto o servicio en el mercado. Impactando directamente en sus ventas mensuales con resultados muy atractivos. Esto lo obtenemos promocionando entre nuestro tarjetahabientes beneficios superiores y exclusivos que nuestras selectas empresas afiliadas brindan a los usuarios de nuestras tarjetas en las áreas de entretenimiento, salud y belleza, educación, compras y comido y restaurantes.

¿Qué le parece la tarjeta BOONUS? Qué aspectos positivos le ve a la tarjeta? Qué aspectos negativos le ve a la tarjeta?

Me parece algo bueno, ya que nuestras empresas serían reconocidas mucho más y mejor aún si entregan a universidades, escuelas y empresas. Los aspectos positivos y negativos no se lo podrían dar ahora ya que tuviera que utilizarla un cierto tiempo para saber cuáles son los beneficios y ganancias que me generan este tipo de inversión que hiciera en la misma.

¿Le interesaría formar parte de los establecimientos afiliados a la red? Por qué?

Por supuesto, ya que la publicidad que le brindarían a mi empresa sería buena, sería reconocida que es lo que se quiere, por su calidad de comida y por los descuentos que daríamos.

¿Estaría dispuesto a pagar \$100 al año por pertenecer a la red de beneficios especiales de la tarjeta de descuentos?

"PROPUESTA PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA TARJETA "BOONUS" COMO IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON RED DE BENEFICIOS ESPECIALES PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Me parece un valor factible, es un valor mínimo por lo que uno invertiría en publicidad abierta, y esta sería una publicidad más persona a persona y me agradaría estar entre los beneficiarios.