

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**AMPLIACIÓN DE LA LÍNEA DE SERVICIOS FINANCIEROS DEL
FIDEICOMISO CORPEI CAPITAL CON LA IMPLEMENTACIÓN
DE BROKERAGE DE NEGOCIOS PARA PYMES EN EL AÑO 2015**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

GUADALUPE ESTEFANÍA PUENTE JURADO

DIRECTOR: INGENIERO EDMUNDO PEÑAFIEL

QUITO, ABRIL 2015

Director de Disertación:

Ing. Edmundo Peñafiel

Informantes:

Ing. Diego Serrano

Ing. Leonardo Ávila

DEDICATORIA

Mi disertación la dedico con mucho amor a mi madre que sola ha luchado por darme lo mejor, darme la oportunidad de tener la mejor educación y ayudarme siempre a caminar fuerte en la vida. A mi abuelita por sus cuidados y amor constantes, han sido mi ejemplo a seguir.

A mi princesa Valentina mi hija que es mi motor principal y por quien lucho cada día para ser mejor y darle lo mejor tanto en el ámbito profesional como humano.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida y oportunidad de llegar a este momento tan satisfactorio para mí y los que me rodean.

A mi madre Lupe por su amor y apoyo incondicional, su paciencia y constancia para enseñarme a luchar y cumplir lo que me propongo.

A mi hija Valentina que con su sonrisa me ilumina cada día y es por quien luchare para cumplir todo lo que me proponga para darle lo mejor.

A mi esposo Andrés por su amor, apoyo y por enseñarme que la familia está siempre en los logros y fracasos para levantarte y caminar juntos.

Un agradecimiento especial a mí Director e Informantes y a la empresa Corpei por su apoyo en este proceso.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	xi
1. GENERALIDADES.....	3
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA COMPANÍA	3
1.1.1. Reseña Histórica	3
1.1.2. Giro del Negocio.....	6
1.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO ACTUAL.....	10
1.2.1. Visión.....	10
1.2.2. Misión.....	10
1.2.3. Valores Corporativos	10
1.2.4. Objetivos Corporativos	11
2. INVESTIGACIÓN.....	12
2.1. BROKERAGE DE NEGOCIOS	12
2.1.1. Procesos para la Compra-Venta de Empresas	13
2.1.1.1. El Mandato, acuerdo básico entre Cliente y Broker	14
2.1.1.2. Trabajos Previos: Presentación de la Empresa y la Valoración.....	14
2.1.1.3. Búsqueda y Selección de Candidatos	16
2.1.1.4. La Negociación Inicial	17
2.1.1.5. El Proceso Due Diligencie	19
2.1.1.6. La Negociación Final	20
2.2. BROKERAGE DE NEGOCIOS EN EL ECUADOR.....	21
2.2.1. Comportamiento Histórico de la Demanda y Oferta	21
2.2.1.1. Demanda	21
2.2.1.2. Demanda de Personas que están en la búsqueda de Negocios para adquirirlos.....	22
2.2.1.3. Demanda de Personas que quieren vender su Negocio	23
2.2.1.4. Oferta	25
2.3. PYMES Y BROKERAGE DE NEGOCIOS	26
2.3.1. Impacto de la implementación del Nuevo Servicio.....	26
2.3.2. Posicionamiento de Corpei Capital con el Nuevo Servicio.....	27
2.3.3. Beneficios del Brokerage de Negocios.....	27
3. ESTUDIO TÉCNICO	29

3.1.	ANÁLISIS EXTERNO.....	29
3.1.1.	Macroentorno.....	30
3.1.1.1.	Factor Económico	30
3.1.1.2.	Factor Demográfico	42
3.1.1.3.	Factor Legal	47
3.1.1.4.	Factor Tecnológico	51
3.1.2.	MICROENTORNO	52
3.1.2.1.	Clientes y Consumidores	52
3.1.2.2.	Proveedores.....	53
3.1.2.3.	Competencia	54
3.1.2.4.	Matriz resumen de Oportunidades y Amenazas	55
3.2.	ANÁLISIS INTERNO.....	57
3.2.1.	Aspectos Organizacionales.....	58
3.2.2.	Área Administrativa Corpei Capital	61
3.2.3.	Área Operativa Corpei Capital	61
3.2.4.	Matriz resumen de Fortalezas y Debilidades Factores Internos	78
3.3.	INGENIERÍA DEL SERVICIO	80
3.3.1.	Procesos de implementación del nuevo servicio	80
3.3.2.	Comercialización	85
3.3.3.	Diagrama de Procesos.....	90
3.3.4.	Distribución de planta y equipo.....	97
3.3.5.	Estudio del servicio.....	97
4.	ESTUDIO DE MERCADO	108
4.1.	ESTUDIO DEL SECTOR	108
4.2.	ESTRUCTURA DE MERCADO.....	112
4.3.	IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	114
4.3.1.	Características del servicio	114
4.3.2.	Clasificación	114
4.3.2.1.	Brokerage de Negocios online	114
4.3.2.2.	Brokerage de Negocios /Optimización de Empresas.....	115
4.3.3.	Servicios sustitutos / suplementarios	116
4.3.3.1.	Sustitutos.....	116
4.3.3.2.	Complementarios	117

4.4.	INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.....	118
4.4.1.	Objetivos de la investigación de mercado	118
4.4.2.	Segmentación del mercado	118
4.4.2.1.	Variable Geográfica	119
4.4.3.	Tamaño de la Muestra	120
4.4.4.	Entrevistas a Directores del área y Clientes	122
4.4.4.1.	Objetivos de las Entrevistas	123
4.4.4.1.1.	Objetivos Entrevistas a Empresas	123
4.4.4.1.2.	Objetivos Entrevistas a Empleados de Corpei Capital.....	124
4.4.4.2.	Cuadros de Tabulación	125
4.4.4.2.1.	Entrevista a Empresas	125
4.4.4.2.2.	Entrevistas a Empleados	126
4.4.4.3.	Estrategias Entrevistas	126
4.4.4.3.1.	Estrategia de Posicionamiento	127
4.4.5.	Diseño de la Encuesta	133
4.4.6.	Metodología de la Investigación de campo	134
4.4.6.1.	Fuentes Primarias	134
4.4.6.2.	Fuentes Secundarias	134
4.5.	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA	135
4.5.1.	Comportamiento Histórico de la Demanda	135
4.5.2.	Comportamiento Histórico de la Oferta	135
4.5.3.	Aplicación de Encuestas	136
4.5.4.	Tabulación de Datos	137
4.5.5.	Análisis de Resultados	147
4.6.	SEGMENTACION DE MERCADO DE NEGOCIOS	150
4.7.	ESTRATEGIAS.....	154
4.7.1.	Estrategias para Mercados Corporativos	154
4.7.2.	Estrategias.....	154
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	157
5.1.	Presupuestos.....	157
5.1.1.	Presupuesto de Inversión Inicial	158
5.1.2.	Capital de trabajo.....	159
5.1.3.	Presupuestos de operación.....	160

5.1.3.1. Presupuestos de ingresos.....	160
5.1.3.2. Presupuesto de Egresos.....	163
5.2. Estados Financieros	167
5.2.1. Balance General.....	167
5.2.2. Estado de Resultados	172
5.2.3. Estado de Resultados Proyectado 2015	174
5.2.4. Flujo de Caja.....	179
5.3. Evaluación Financiera.....	183
5.3.1. Criterios de Evaluación.....	183
5.3.2. Cálculo TIR	183
5.3.3. Calculo VAN	185
5.3.4. Período de recuperación	186
5.3.5. Análisis de sensibilidad	187
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	191
6.1. Conclusiones.....	191
6.2. Recomendaciones	194
7. BIBLIOGRAFÍA.....	196

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Producto Interno Bruto.....	31
Tabla N° 2 Tasa de Interés	37
Tabla N° 3 Índice de Precios al Consumidor y sus variaciones	39
Tabla N° 4 Evolución de la Inflación Anual	40
Tabla N° 5 Índices de Precios al Productor y sus variaciones.....	41
Tabla N° 6 Migración	43
Tabla N° 7 Tasa de Desempleo	46
Tabla N° 8 Inversión Extranjera	50
Tabla N° 9 Salario Unificado Corpei	100
Tabla N° 10 Presupuesto Campana Vía Mailing.....	101
Tabla N° 11 Presupuesto Capacitaciones	101
Tabla N° 12 Presupuesto Gastos Mensuales	102
Tabla N° 13 Determinacion del Costo sobre la Venta de un Negocio	102
Tabla N° 14 Determinacion del Costo Asesoramiento Compra.....	103
Tabla N° 15 Tabla de Costos	104
Tabla N° 16 Políticas de Pago	105
Tabla N° 17 Determinación del Costo Optimización de Empresas.....	106
Tabla N° 18 Cronograma de Actividades del Servicio.....	107
Tabla N° 19 Entrevistas a Empresas.....	125
Tabla N° 20 Entrevistas a Trabajadores	126
Tabla N° 21 Presupuesto Inversión	159
Tabla N° 22 Determinación de Precio	161
Tabla N° 23 Presupuesto de Ingresos	163
Tabla N° 24 Presupuestos.....	165
Tabla N° 25 Balance General 2014 Corpei Capital.....	171
Tabla N° 26 Estado de Resultados 2014 Corpei Capital	174
Tabla N° 27 Estado de Resultados Proyectado 2015	177
Tabla N° 28 Estado de Resultados Incluyendo el Nuevo Servicio.....	178
Tabla N° 29 Flujo de Caja Presupuestado	182
Tabla N° 30 Calculo Tasa Interna de Retorno.....	184
Tabla N° 31 Cálculo Valor Actual Neto.....	185
Tabla N° 32 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	186
Tabla N° 33 Flujo de Caja con variaciones para Análisis de Sensibilidad.....	188
Tabla N° 34 Calculo de la TIR y VAN con variaciones para Análisis de Sensibilidad...	189
Tabla N° 35 Periodo de recuperación de Inversión con variaciones para Análisis de Sensibilidad	190

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Exportaciones.....	34
Gráfico N° 2 Importaciones.....	35
Gráfico N° 3 Inflación anual Enero	40
Gráfico N° 4 Aporte a la Inflación por divisiones de artículos	41
Gráfico N° 5 Evolución de la variación anual del Índice de precios al Consumidor	42
Gráfico N° 6 Migración	44
Gráfico N° 7 Tasa de Desempleo	46
Gráfico N° 8 Régimen Tributario	48
Gráfico N° 9 Matriz de Oportunidades y Amenazas.....	56
Gráfico N° 10 Organigrama Funcional Corpei Capital	58
Gráfico N° 11 Organigrama Funcional Corpei.....	59
Gráfico N° 12 Matriz de Factores Internos EFI	79
Gráfico N° 13 Diagrama de Procesos.....	91
Gráfico N° 14 Clasificación Empresas por Tamaño	110
Gráfico N° 15 Clasificación de Empresas por su Actividad Económica	111
Gráfico N° 16 Clasificación de Empresas por su Forma Institucional.....	112
Gráfico N° 17 Numero de Empresas En Guayaquil y Pichincha	119
Gráfico N° 18 Clasificación de Empresa según su Tamaño.....	120
Gráfico N° 19 Bases para segmentar Mercados de Negocios	153

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía N° 1	86
Fotografía N° 2	86
Fotografía N° 3	87
Fotografía N° 4	88
Fotografía N° 5	129
Fotografía N° 6	131
Fotografía N° 7	131
Fotografía N° 8	132
Fotografía N° 9	132
Fotografía N° 10	133

RESUMEN EJECUTIVO

Una vez que Proecuador reemplazó a la Corporación de Promoción de Exportaciones del Ecuador (CORPEI) en la promoción de exportaciones ecuatorianas a nivel oficial, esta institución busca abrirse a otros campos de negocios. Durante los 15 años de existencia de CORPEI con el trabajo cercano realizado con las pymes, se identificaron necesidades de financiamiento, así como de nuevos desafíos para ser más competitivas, creativas y adaptarse a las necesidades dinámicas del mercado mundial; por la cual CORPEI asumió el reto de crear una estructura capaz de solventarlas.

Bajo este criterio fue creado el Fideicomiso de Desarrollo Empresarial en el 2007, para posteriormente convertirse en Diciembre del 2011 en Fideicomiso Corpei Capital, la cual es una división financiera de CORPEI cuyo objetivo es financiar a pequeñas empresas que estén incursionando en la economía ecuatoriana. Con la finalidad de abarcar nichos de pequeñas y medianas empresas que tengan un producto de calidad que ofrecer pero a las que les falta capital y conexiones para lograr comercializarlo, tanto en el exterior como en el mercado interno.

Actualmente Corpei cuenta con un patrimonio de 2 millones de dólares administrado por Morgan & Morgan, Fiduciary & Trust Corporation S.A., dirigido por un Directorio conformado por 7 miembros de perfiles empresariales. A este Fideicomiso se le han incorporado nuevos servicios a partir del 2011, transformándose en Corpei Capital.

Los fondos de colocación para las operaciones del Fideicomiso Corpei Capital son administrado por Morgan & Morgan Trust Ecuador que es una sociedad fiduciaria ecuatoriana de propiedad de un Grupo Empresarial Internacional, dedicada a la estructuración y administración de negocios fiduciarios, así como al manejo de procesos de titularización.

MMG Trust Ecuador, es una compañía administradora de negocios fiduciarios y agente de manejo de procesos de titularización. La fiduciaria forma parte del Grupo Morgan & Morgan, cuyos orígenes se remontan a 1923, y que está integrado por empresas de servicios fiduciarios, jurídicos, bursátiles, de consultoría y bancarios, con presencia en más de 20 ciudades alrededor del mundo.

El principal objetivo de Corpei Capital es promover y acelerar negocios desde una óptica financiera no convencional, fomentando así el crecimiento empresarial, gestionando mejoras en sus estrategias financieras, de control y ampliación de mercado a nivel nacional e internacional. Corpei Capital logrará contribuir a las empresas ecuatorianas para desarrollarse y alcanzar su visión, aportando así el crecimiento económico del país. Es así como se constituye CORPEI CAPITAL, una división financiera con servicios innovadores, tales como: Factoring, Inversión de Capital y Promotor de Negocios.

Bajo este criterio Corpei Capital promueve la adopción o incorporación, en empresas existentes, de propuestas y/o prospectos de inversión que puedan dar lugar a nuevas líneas del negocio y realiza las acciones necesarias para lograr que las propuestas que carezcan de un enfoque empresarial y/o de negocio, logren transformarse en negocios exitosos, apoyados por empresarios y/o inversionistas.

INTRODUCCIÓN

La ampliación de la línea de servicios con el Brokerage de Negocios se realizará debido a que actualmente en Ecuador no se ofrece en el mercado una empresa del prestigio y alcance de Corpei Capital enfocado en las Pymes que aspiran vender su empresa y los que estarían interesados en adquirirlas. A muchos empresarios se les dificulta vender sus compañías, ya sea, por falta de experiencia, de recursos humanos o de tiempo.

Algunas de las razones por las cuales se vende una empresa son debido a que su dueño ya está cansado y quiere retirarse; pero a la vez desea valorar cuanto puede llegar a costar su negocio tomando en cuenta que es una empresa en marcha, sus clientes, proveedores y las alianzas estratégicas. Es decir, no necesariamente cuando un negocio está en quiebra o no tiene una utilidad significativa, es uno de los principales motivos de la venta de empresas.

Los empresarios que por cuestiones de tiempo o recursos desean vender sus negocios, buscan un asesoramiento para valorar sus empresas y optimizar su rendimiento para venderlas con una ventaja competitiva, este es uno de los valores agregados que Corpei Capital con el Brokerage de Negocios ofrecerá a sus futuros clientes.

La mayoría de inversionistas y empresarios en la actualidad tomando en cuenta el factor político y económico del país, prefieren disminuir el riesgo al momento de invertir. Y qué mejor que invertir en la compra de empresas que estén con el respaldo de Corpei Capital;

es decir Corpei Capital hará una previa calificación de las empresas y de los inversionistas para la compra-venta de empresas.

Corpei Capital tomando en cuenta que existe un mercado desatendido tanto como de empresas que desean estar a la venta como de los inversionistas que desean comprarlas, desea implementar un servicio con el cual los empresarios puedan sentirse satisfechos y con una ventaja competitiva como lo es contar con una base de datos de inversionistas, los cuales buscan negocios rentables ya sea para comprarlos en su totalidad o parcialmente.

El Brokerage de Negocios busca dar un asesoramiento integral, donde no solamente se pueda comprar o vender una empresa (Pymes); sino también donde se pueda asesorar al empresario para optimizar su negocio y así obtener un mejor precio por el mismo.

De esta manera se espera potencializar la autogestión que Corpei Capital ha estado haciendo, basándose en su objetivo principal el cual es promover y acelerar negocios desde una óptica financiera no convencional y fomentar así el crecimiento empresarial, mejorar sus estrategias financieras, de control y ampliación de mercado a nivel nacional e internacional.

Debido a la falta de atención al sector, se desea implementar el Brokerage de Negocios como un nuevo servicio de Corpei Capital para asistir y asesorar a Pymes que deseen atravesar un proceso de compra-venta de empresas. Lo cual le generará una rentabilidad e incrementará su prestigio con servicios diferentes y de calidad.

1. GENERALIDADES

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA COMPANÍA

1.1.1. Reseña Histórica

Una vez que Proecuador reemplazó a la Corporación de Promoción de Exportaciones del Ecuador (CORPEI) en la promoción de exportaciones ecuatorianas a nivel oficial, esta institución busca abrirse a otros campos de negocios. Durante los 15 años de existencia de CORPEI con el trabajo cercano realizado con las pymes, se identificaron necesidades de financiamiento, así como de nuevos desafíos para ser más competitivas, creativas y adaptarse a las necesidades dinámicas del mercado mundial; por la cual CORPEI asumió el reto de crear una estructura capaz de solventarlas. (Corpei Capital” (2012). <http://www.corpeicapital.com.ec/>)

Bajo este criterio fue creado el Fideicomiso de Desarrollo Empresarial en el 2007, luego la Corpei trata de reinvertir el capital con el que se creó el Fideicomiso de Desarrollo Empresarial, división bajo la cual manejaba los fondos que aportaban las empresas del sector privado para posteriormente convertirse en Diciembre del 2011 en Fideicomiso Corpei Capital, la cual es una división financiera de CORPEI cuyo objetivo es financiar a pequeñas empresas que estén incursionando en la economía ecuatoriana. Con la finalidad de abarcar nichos de pequeñas y medianas empresas que tengan un producto de calidad que ofrecer pero a las que les falta capital y conexiones para lograr comercializarlo, tanto en el exterior como en el mercado interno.

Actualmente Corpei cuenta con un patrimonio de 2 millones de dólares administrado por Morgan & Morgan, Fiduciary & Trust Corporation S.A., dirigido por un Directorio conformado por 7 miembros de perfiles empresariales. A este Fideicomiso se le han incorporado nuevos servicios a partir del 2011, transformándose en Corpei Capital.

El directorio del FCC está conformado por:



Los fondos de colocación para las operaciones del Fideicomiso Corpei Capital son administrado por Morgan & Morgan Trust Ecuador que es una sociedad fiduciaria ecuatoriana de propiedad de un Grupo Empresarial Internacional, dedicada a la estructuración y administración de negocios fiduciarios, así como al manejo de procesos de titularización. (<http://www.mmctrust.com.ec/corporativo.html>)

MMG Trust Ecuador, es una compañía administradora de negocios fiduciarios y agente de manejo de procesos de titularización. La fiduciaria forma parte del Grupo Morgan & Morgan, cuyos orígenes se remontan a 1923, y que está integrado por empresas de servicios fiduciarios, jurídicos, bursátiles, de consultoría y bancarios, con presencia en más de 20 ciudades alrededor del mundo.

A medida que la firma fue incrementando sus actividades profesionales, Morgan y Morgan incorporó nuevos socios y otros profesionales

especializados en áreas como administración, finanzas, contabilidad, tecnología de la información, y mercadeo. Además, estableció dos Bancos, una Sociedad de Servicios de Secretariado, Administración y Apoyo de Operaciones, una Compañía de Arrendamiento Financiero, una Fiduciaria, y adquirió una Empresa de Consultoría. Morgan & Morgan ha logrado con éxito desarrollar una presencia internacional, con una red de oficinas en importantes centros financieros y marítimos alrededor del mundo. (<http://www.mmgtrust.com.ec/corporativo.html>)

La diversificación hacia nuevas áreas de servicio, junto con una exitosa expansión internacional, transformaron lo que fue una vez un bufete de abogados en un grupo internacional de compañías, plenamente integradas, hoy conocido como el Grupo Morgan & Morgan. Actualmente, esta red de sucursales internacionales dotadas de personal completo incluye oficinas en distintas ciudades de América, Asia y Europa

En lo que refiere al personal administrativo del Fideicomiso Corpei Capital este es administrado por Corpei.

1.1.2. Giro del Negocio

El principal objetivo de Corpei Capital es promover y acelerar negocios desde una óptica financiera no convencional, fomentando así el crecimiento empresarial, gestionando mejoras en sus estrategias financieras, de control y ampliación de mercado a nivel nacional e internacional. Corpei Capital logrará contribuir a las empresas ecuatorianas para desarrollarse y alcanzar

su visión, aportando así el crecimiento económico del país. Es así como se constituye CORPEI CAPITAL, una división financiera con servicios innovadores, tales como:

- Factoring: Es la compra anticipada de cuentas por cobrar, tales como: Facturas, Cheques, Letras de Cambio, Pagarés, Contratos de corto plazo y otros títulos de crédito. El cliente endosa los documentos por cobrar, se anticipa un porcentaje del monto de los documentos hasta la fecha de su vencimiento, lo cual le permite contar con recursos para cubrir sus necesidades de capital de trabajo.

El uso de esta herramienta financiera es cada vez más frecuente, permitiendo mayor flexibilidad en los créditos, convirtiendo las ventas a crédito en ventas de contado y abre nuevas posibilidades de mercado y crédito y lo que es más importante su pasivo no se ve incrementado con préstamos del sistema financiero ni compromete sus líneas de créditos vigentes. Corpei Capital es un miembro activo de la IFG International Factoring Group, que es una asociación de factoring con sede en Bruselas cuyos beneficios principales de esta membresía a más de capacitación es acceder a la red de contactos (160 miembros) que tiene a nivel mundial en 58 países y así también al sistema operativo de transaccionabilidad internacional.

- Joint Venture: Es el instrumento ideal para financiamiento de capital de trabajo, son operaciones de hasta 24 meses cuyo objetivo principal es el

financiamiento de una línea específica de negocios que pueda tener una empresa.

Permite compartir el control sobre una actividad económica, sea ésta una operación o línea de negocios propia de la empresa, que se dà cuando se unen los intereses de dos promotores: El promotor principal y dueño de la idea, que tiene el conocimiento (know-how), y; El promotor financiero o dueño de los recursos monetarios (CORPEI CAPITAL); quien cree también en la idea y decide financiarla. La oportunidad que se brinda a partir de este instrumento es la posibilidad de realizar operaciones de corto plazo que no afecta al patrimonio de la empresa.

- Inversión de Capital: Es un instrumento financiero que permite invertir en una empresa a través de la compra de acciones del capital social, de tal forma que CORPEI CAPITAL se convierte en accionista de la empresa.

La ventaja principal de inversión de Capital es que la empresa no se ve afectada en su flujo de efectivo por egresos de pagos de financiamiento, ya que CORPEI CAPITAL se adapta a las posibilidades financieras de la empresa, recibiendo el rendimiento de su inversión mediante el pago de dividendos anuales, siempre que el flujo de caja de la empresa así lo permita.

- Promotor de Negocios: Los Proyectos de promoción que se desarrollen con Corpei Capital, serán bajo la línea de Comercio Internacional y Desarrollo Productivo, campo en el que CORPEI ha generado un alto grado de experiencia en más de 12 años de servicio en el mercado.

Bajo este criterio Corpei Capital promueve la adopción o incorporación, en empresas existentes, de propuestas y/o prospectos de inversión que puedan dar lugar a nuevas líneas del negocio y realiza las acciones necesarias para lograr que las propuestas que carezcan de un enfoque empresarial y/o de negocio, logren transformarse en negocios exitosos, apoyados por empresarios y/o inversionistas.

Todos los proyectos avalados por Corpei Capital serán constituidos a través de la figura de Fideicomisos con entidades reconocidas en el mercado por su solidez y prestigio con directores propios de cada proyecto, lo cual proporcionará autonomía a su gestión.

- Canalizador de Créditos: Corpei Capital buscará alianzas con Organismos multilaterales de financiamiento, con el fin de canalizar y presentar una variedad de productos financieros que se adapten a las necesidades de las pymes de forma personalizada, para el desarrollo de negocios.

Los montos a financiar (préstamos) fluctúan entre USD 100 mil a USD 600 mil en el primer servicio, a largo plazo con tasas de interés fijas y definidas

según el tipo de operación y las condiciones del mercado, con amortizaciones trimestrales (capital e interés) en moneda local.

1.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO ACTUAL

1.2.1. Visión

Ser una entidad líder en el impulso de proyectos de comercio internacional y desarrollo productivo, convirtiéndolos en negocios exitosos, que contribuyan al desarrollo económico del Ecuador.

1.2.2. Misión

Invertir en negocios a través de instrumentos financieros no convencionales para impulsar operaciones y proyectos de expansión, convirtiéndose así en el socio estratégico ideal para el desarrollo empresarial.

1.2.3. Valores Corporativos

- Honestidad y Ética.
- Efectividad y Eficiencia.
- Compromiso con los clientes.

- Compromiso con el desarrollo del país.

1.2.4. Objetivos Corporativos

- Asegurar la sostenibilidad operativa de la institución, cumpliendo al menos con el presupuesto institucional.
- Optimizar el portafolio de servicios hasta mediados del 2014.
- Alcanzar mínimo una satisfacción del cliente de 80%.
- Lograr un clima laboral de al menos 80% de satisfacción.
- Establecer los lineamientos para el uso conjunto de los recursos del Fondo Residual en los próximos años.
- Estructurar la red de contactos, hasta el mes de septiembre.

2. INVESTIGACIÓN

2.1. BROKERAGE DE NEGOCIOS

El Broker de Negocios actúa como intermediario entre Compradores y Vendedores de negocios. Es responsable de conjuntar a dichas partes y su objetivo es vender negocios.

La mejor manera de ubicar la función de un Broker de Negocios es compararlo con un Corredor de Bienes Raíces. El trabajo de un Corredor de Bienes Raíces es el ubicar Vendedores de casas y cazarlos con Compradores potenciales. En el evento de que se logre la venta se ganan una comisión.

El Brokerage de Negocios hace exactamente el mismo trabajo que un Corredor de Bienes Raíces, a excepción de que vende empresas. El Brokerage de Negocios asiste a propietarios de empresas en preparar su negocio para la venta, enseñar los negocios que tiene en cartera, ubicar negocios que puedan estar a la venta, preparar y entregar todos los documentos necesarios para cerrar el trato, y asistir en el cierre de la venta. (<http://www.empirebb.com/lat/busqueunbroker.php>)

Cuando existe una posibilidad de venta se elabora un Mandato de Compra donde se establece los servicios a prestar, obligaciones del Broker, el equipo del trabajo, los honorarios y el calendario tentativo al igual que las obligaciones del cliente.

Se elabora una Presentación de la compañía que contenga información descriptiva del negocio con el objeto de que un tercero pueda hacerse una idea suficiente del negocio.

Se comienza la búsqueda y selección de **candidatos**, si se asesora a una empresa en su proceso de venta, el asesor debe identificar aquellos candidatos (tanto locales como extranjeros) que pueden resultar potencialmente atractivos y convenientes. Tras una selección en base a su adecuación estratégica, el asesor debe realizar el acercamiento inicial.

2.1.1. Procesos para la Compra-Venta de Empresas

A continuación se detalla un proceso estandarizado de cómo acometer una operación de este tipo. Cada operación tiene sus particularidades que hacen que el proceso pueda requerir planteamientos y variantes específicas para cada caso.

El proceso de compra y de venta es similar siempre que se trata de una misma operación. Sin embargo existen etapas dentro de este proceso que resultan más críticas para una de las partes.

Según sea el asesoramiento de compra o de venta, el asesor debe hacer un especial hincapié en determinadas fases del proceso por el interés de su cliente. De forma sintetizada se presentan los principales pasos a considerar en cualquier operación de compra-venta:

2.1.1.1. El Mandato, acuerdo básico entre Cliente y Broker

La operación de compra-venta requiere la intermediación de asesores experimentados, resulta imprescindible regular la relación cliente con el Broker bajo un contrato de mandato que recoja las siguientes consideraciones: definición de los servicios a prestar, obligaciones del Broker y también del cliente, metodología (principios de exclusividad, confidencialidad), equipo de trabajo, honorarios y calendario tentativo.

El mandato compromete al bróker a definir los servicios que debe prestar y las obligaciones que asume para continuar con su operación de compra o venta.

2.1.1.2. Trabajos Previos: Presentación de la Empresa y la Valoración

En una operación de venta, antes de buscar opciones en el mercado, se debe definir y acordar con el cliente la estructura de la transacción, (venta del negocio en sus condiciones actuales,

estrategias para mejorar su rendimiento y luego vender el negocio) así como definir las características idóneas del inversor ideal.

Se elabora una Presentación de la compañía que contenga información descriptiva suficiente del negocio con el objeto de que un tercero pueda hacerse una idea suficiente del negocio. Esta información debe ser descriptiva y nunca debe contener aspectos estratégicos íntimos, ya que la situación inicial de las conversaciones no requiere aportar este tipo de información a la otra parte.

Se Realiza una Estimación de Valor que complemente la percepción subjetiva que el cliente pueda tener del valor de su negocio. Una valoración más objetiva debe servir de referencia respecto a cuál puede ser el precio de la transacción. Para evitar tener una idea desproporcionada del valor del negocio que una referencia más o menos objetiva del mismo.

En una operación de compra, se impulsará una reflexión más rigurosa sobre la política de adquisiciones y la contundencia de las “razones de compra”. Se asesorará al cliente y se analizará rigurosamente al vendedor de acuerdo a los lineamientos ya establecidos en Corpei Capital

Realizar una Prospección de Mercado para identificar y seleccionar potenciales “objetivos de compra”. Diseñar una estrategia de

acercamiento con los candidatos seleccionados. Según cada caso, el comprador debe optar por mantener inicialmente su anonimato o desvelar su identidad para generar una mayor confianza.

2.1.1.3. Búsqueda y Selección de Candidatos

El asesor debe realizar un análisis detallado de quiénes pueden ser potenciales candidatos a ser analizados en base a su situación y a las razones que anteriormente se han comentado para realizar una operación de compra-venta.

Si se asesora a una empresa en su proceso de venta, el asesor debe identificar aquellos candidatos (tanto locales como extranjeros) que pueden resultar potencialmente atractivos y convenientes. Tras una selección en base a su adecuación estratégica, el asesor debe realizar el acercamiento inicial.

Para realizar este acercamiento se elabora una presentación de la empresa para que el potencial comprador pueda tomar su primera decisión. Esta Presentación no debe desvelar la identidad de la parte vendedora. Se trata de contactar a potenciales interesados bajo la premisa de mantener la más absoluta confidencialidad respecto a la identidad de la empresa en venta.

El potencial comprador tiene dos opciones:

I) Desestimar su interés, por lo que el proceso con ese potencial comprador no se inicia y el anonimato ha sido correctamente salvaguardado.

II) Manifestar su interés, lo que abriría el proceso de Negociación Inicial.

Si el asesoramiento es para una operación de compra, y el primer acercamiento a un “objetivo de compra” resulta positivo, éste deberá facilitar cierta información que permita hacerse una primera idea del negocio y su valor. Realizada la primera aproximación, el procedimiento ya sea de venta o de compra resulta muy similar por tratarse de una misma operación (anverso y reverso) con distintos intereses según sea uno comprador o vendedor.

2.1.1.4. La Negociación Inicial

Si el acercamiento ha sido positivo, el potencial comprador debe demandar más información de la compañía. El asesor, siempre previa Carta de Confidencialidad, debe entregar al potencial comprador el Memorando de la compañía que previamente se habrá elaborado.

El Memorando de la compañía contendrá la información descriptiva suficiente del negocio con el objetivo que un tercero pueda tener una idea del giro del negocio y lo que el mismo conlleva. Esta información será solo descriptiva y nunca contendrá aspectos estratégicos íntimos ya que para la negociación inicial es donde se muestran los negocios pero no se sabe si la negociación se cerrará.

La Presentación de la Empresa suministra información bastante completa de la compañía y tras un periodo razonable el asesor debe exigir al potencial comprador que ratifique su interés inicial. Si éste no existe debe darse por cerrada la operación con este candidato.

En este proceso se realiza alguna visita a las instalaciones o se coordina tener alguna conversación preliminar que permita un mayor acercamiento y conocimiento entre las partes. Si el interés se mantiene, la Negociación Inicial debe centrarse principalmente en la valoración. No tiene sentido profundizar en la negociación si las posturas de valor son realmente extremas.

El asesor debe conducir la Negociación Inicial a buen término. Y ello normalmente se plasma en una Carta de Intenciones que cierra la primera fase de las negociaciones. La Carta de Intenciones debiera recoger: el objeto básico de la transacción y su precio, las partes intervinientes y aquellos compromisos, condiciones y plazos que en cada caso sea conveniente reflejar.

Una vez firmada la Carta de Intenciones por ambas partes, se cierra la Negociación Inicial para dar paso al siguiente proceso.

2.1.1.5. El Proceso Due Diligence

Cuando ya existe un acuerdo entre comprador y vendedor, el comprador debe profundizar sobre la empresa que quiere comprar. Hasta la firma de la Carta de Intenciones, el comprador se ha basado en información facilitada por el vendedor y su asesor.

Antes de comprar, el inversor desea comprobar la veracidad de esta información.

Las diligencias suelen ser de índole:

- I) Comercial o de Negocio (aspectos relacionados con el sector, la estrategia, know how)
- II) Organizativo (recursos humanos, medios productivos)
- III) Financiero (relacionadas con la situación económico-patrimonial tales como auditorías.)
- IV) Fiscal (evaluación de posibles contingencias fiscales)

- V) Legal (evaluación de cuestiones mercantiles, laborales, judiciales, medioambientales).

El objeto de las diligencias es perfeccionar el conocimiento que se tiene del negocio por parte del comprador y verificar que lo presentado y declarado por el vendedor resulta ser cierto.

Esta etapa suele consumir un mínimo de dos o tres meses .Una vez cerrado el plazo de Diligencias y a la par de éstas se ha debido ir materializando la Negociación Final.

2.1.1.6. La Negociación Final

Si las diligencias han sido satisfactorias todo depende de la gestión de la Negociación Final. La negociación es un proceso complicado y más si se trata de una operación tan compleja como comprar o vender una empresa.

Requiere de técnica, experiencia, flexibilidad e imaginación. Conviene que sea gestionada fundamentalmente por los asesores para no saber guiar a las partes en el largo proceso de la negociación.

Lo negociado debe plasmarse en el futuro borrador de contrato que debe contener no solo el objeto y las partes, sino también

declaraciones de las partes, garantías, fórmulas de ajustes a contingencias, penalizaciones, incumplimientos.

El acuerdo final se plasma en la firma del Contrato que ya perfecciona en sí la operación, con independencia de que la operación no esté cerrada del todo si existen compromisos futuros. Una operación de compraventa es compleja, consume mucho tiempo, requiere experiencia y conocimiento.

Para comprar una empresa o vender un negocio se debe tener en cuenta todas estas circunstancias para minimizar los riesgos y maximizar el resultado.
(http://www.norgestion.com/uploads/publicaciones/pdf/Cuadernos_NORGESTION._1-Como_comprar_o_vender_una_empresa.)

2.2. BROKERAGE DE NEGOCIOS EN EL ECUADOR

2.2.1. Comportamiento Histórico de la Demanda y Oferta

2.2.1.1. Demanda

La ampliación de la línea de Negocios de Corpei Capital se realiza debido a que actualmente en Ecuador no se ofrece en el mercado un medio para los que aspiran a vender su empresa y los que estarían interesados en adquirirlas. A muchos empresarios se les dificulta al

momento de querer vender sus compañías, ya sea, por falta de experiencia, de recursos humanos o de tiempo.

2.2.1.2. Demanda de Personas que están en la búsqueda de Negocios para adquirirlos.

Existen diferentes razones que pueden impulsar a los potenciales inversionistas para comprar una empresa. Se puede citar las siguientes:

El Crecimiento: es una de las razones que se debe tomar en cuenta para que una empresa o inversionista considere la compra de un negocio ya que una de las ventajas vinculadas al crecimiento es que le permitirá reducir y repartir costos de estructura, personal o disponer de un mayor poder de negociación con terceros y absorber costos fijos.

El Mercado: también justifica las adquisiciones. El integrar a una empresa que forma parte de la competencia como solución para reforzar la presencia en un mercado. Hoy en día los empresarios toman esto como un tema estratégico, esto contribuye a que el comprador tenga una ventaja competitiva y de esa manera consolida su posición en su sector y puede transferir a la empresa adquirida determinadas sinergias para incrementar ingresos y reducir costes.

Ingreso a Nuevos Mercados: ya sean estos en el ámbito nacional o en el internacional. La compra de una empresa brinda el acceso a una nueva red comercial, nueva cartera de clientes en un mercado en el que el comprador no tiene presencia y le permite diversificar su actividad.

La Adquisición de Tecnología al comprar una empresa en funcionamiento puede lograrse una adquisición de tecnología evitando costes de aprendizaje y reduciendo el tiempo de respuesta en el mercado, lo cual es una gran ventaja competitiva en el mercado.

2.2.1.3. Demanda de Personas que quieren vender su Negocio

Existen varias razones por las cuales existen empresas que están a la venta tanto en empresas familiares, por sucesión de dueños, conflictos entre accionistas entre otros. Esto hace al empresario tener poderosas razones para vender su empresa:

La Liquidez y Diversificación Patrimonial ha llegado a ser uno de los motivos principales para un empresario, debido a la capitalización del negocio, la política de dividendos enfocada a fortalecer a la compañía hace que el patrimonio familiar este por mucho tiempo en la compañía. La edad y otras razones pueden

aconsejar retirar la inversión mediante la venta del negocio para hacer líquido dicho patrimonio.

El no poder seguir creciendo puede ser otra razón que anime al empresario a vender su compañía al considerar que le faltan medios financieros, organizativos o técnicos para continuar en el negocio. Si a la empresa le resulta complicado, puede ser un buen momento para vender el negocio a un tercero que consolide más el trabajo ya hecho porque dispone del espíritu y medios adecuados.

La Sucesión Familiar siempre aparece ya sea en su segunda o tercera generación. Y a veces no hay un sucesor que quiera liderar el negocio.

Los Conflictos entre quienes dirigen la Empresa en la mayoría de empresas surgen malos entendidos y conflictos que en algunas situaciones no tienen si quiera que ver con la empresa pero al existir relaciones propiedad-trabajo-familia estas malas relaciones afectan al negocio en sí. La solución más práctica puede consistir en resolver dicho conflicto mediante la venta total o parcial del negocio, la sustitución de un socio por otro o la venta del negocio si esto fuera posible.

2.2.1.4. Oferta

Actualmente el Brokerage de Negocios no tiene una competencia establecida formal y legalmente, sino más bien gente que con la administración del Internet se encuentra en la búsqueda de un Negocio en el cual invertir su dinero y en otros casos en la búsqueda de compradores para sus empresas que por diferentes motivos están dispuestos a vender.

Tendrán una alternativa diferente ya que el Brokerage de Negocios busca dar un asesoramiento integral, donde no solamente se pueda comprar o vender una empresa; sino también donde se pueda asesorar al empresario para optimizar su negocio y así obtener un mejor precio por el mismo.

Debido a la falta de atención al sector, se desea implementar el Brokerage de Negocios como un nuevo servicio de Corpei Capital para asistir y asesorar a Pymes que deseen realizar un proceso de compra-venta de empresas. Lo cual le generará una rentabilidad e incrementará su prestigio con servicios diferentes y de calidad. Corpei Capital establecerá estrategias que le permitan la introducción y posicionamiento de este nuevo servicio en el mercado al que se enfoca.

El Brokerage de Negocios está dirigido a las Pymes que por diferentes motivos se encuentran en la búsqueda de inversionistas o empresas interesadas en comprar su negocio. Actualmente no se encontró una empresa que se dedique al Brokerage de Negocios y de acuerdo al INEC no existe una empresa que brinde ese tipo de servicios. Sin embargo existe mucha demanda en anuncios de clasificados en el Internet.

Con el Brokerage de Negocios se busca asesorar a los empresarios sobre muchas preguntas que surgirán al momento de querer vender su compañía como: cuánto vale y cuánto debe pedir por su negocio, donde ofrecerlo en venta, como calificar a los interesados y los términos de la negociación.

2.3. PYMES Y BROKERAGE DE NEGOCIOS

2.3.1. Impacto de la implementación del Nuevo Servicio

Con la implementación del nuevo servicio se atenderá un mercado cautivo, lo que beneficiará a las Pymes, empresarios ya que tendrán acceso a un servicio que nadie como entidad ofrece.

Se beneficiará a Corpei Capital debido a que se realizará una campaña de lanzamiento exponiendo los servicios que actualmente Corpei Capital

ofrece, enfatizando el nuevo servicio y sus ventajas lo cual ayudará a fidelizar a los actuales clientes y llegar al mercado objetivo.

2.3.2. Posicionamiento de Corpei Capital con el Nuevo Servicio

Corpei como institución ha cumplido más allá de las expectativas que tenía el directorio. A partir del 2012, el desafío fue hacer de la institución autosustentable con financiamiento no tradicional, algo que se logró con los servicios que ofrece Corpei Capital como Factoring , Joint Venture, Inversión de Capital, Promotor de Negocios, Canalizador de Créditos servicios que necesitan las pequeñas y medianas empresas.

Corpei Capital ha innovado su forma de trabajar, ahora tiene más servicios, productos y herramientas, que llevará a los negocios tan lejos como lo han planeado. Con el Brokerage de Negocios se busca fortalecer el vínculo con inversionistas que se encuentran en busca de oportunidades de negocios y de las empresas que necesitan el asesoramiento para poder venderlas.

2.3.3. Beneficios del Brokerage de Negocios

Asistir a propietarios de empresas en preparar su negocio para la venta, enseñar los negocios que tiene en cartera a los inversionistas y ubicar

negocios que puedan estar a la venta, preparar y entregar todos los documentos necesarios para cerrar el trato, y asistir en el cierre de la venta.

Con el Brokerage de Negocios asesorará a los empresarios sobre muchas preguntas que surgirán al momento de querer vender su compañía como: cuánto vale y cuánto debe pedir por su negocio, donde ofrecerlo en venta, como calificar a los interesados y los términos de la negociación

Además se busca promover la incorporación de inversionistas y emprendedores en las propuestas que carezcan de ellos.

3. ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción”.

(<http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>)

Con el Brokerage de Negocios en el Estudio Técnico se realizara la interrelación que existe entre los aspectos técnicos y los aspectos económicos del mismo. Con esto se tiene como objetivo definir las características, requerimientos, disponibilidad, costo de los insumos necesarios para la implementación del nuevo servicio.

3.1. ANÁLISIS EXTERNO

El Análisis externo es el conjunto de tareas de recopilación de datos. Se realizará un análisis histórico considerable que ayudará a entender el entorno en el que Corpei trabaja y la incidencia de estas en el futuro y así desarrollar las mejores estrategias para que la empresa tenga una posición importante en el mercado ecuatoriano. Este análisis se realiza en dos ámbitos:

3.1.1. Macroentorno

Relaciona a la empresa con los factores externos que no puede controlar pero pueden tener influencia en un momento dado y se los debe determinar cómo oportunidades o amenazas para la empresa.

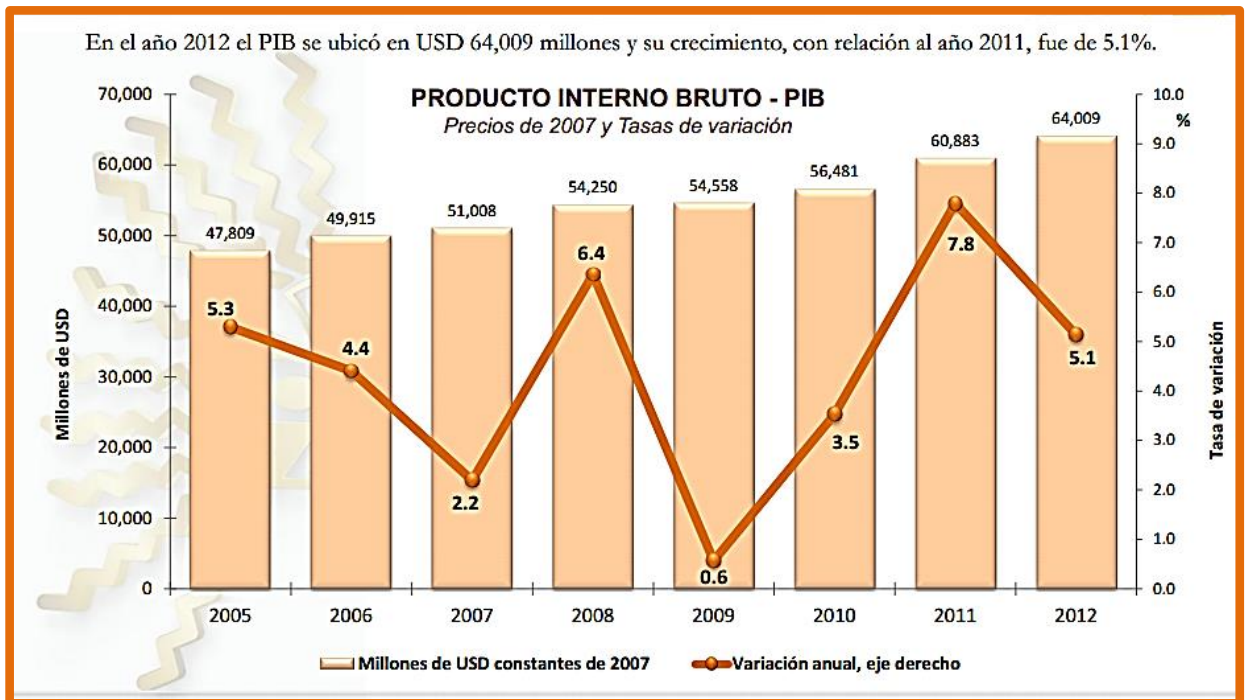
3.1.1.1. Factor Económico

El entorno económico hace referencia a la esencia y a la dirección de la cual compite o podría competir la empresa. (Michael A. Hitt, Duane Ireland, Robert E. Hoskisson, 2008)

Producto Interno Bruto PIB

Es la medida del valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos de un año en un país. (Paul A. Samuelson; William D. Nordhaus, 2006)

Tabla N° 1 Producto Interno Bruto



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

El PIB ha presentado una tendencia creciente, tomando en cuenta que en el 2010 se debe a la inversión pública, especialmente al sector petrolero e infraestructura y el crecimiento del 2011 al 2012 se debe en mayor parte a las exportaciones petroleras. En el año 2012 el PIB se ubicó en USD 64.009 millones y su crecimiento con relación al 2011 es de 5.1% y con la estimación de que el año 2013 cierre con una tasa de crecimiento de entre 3.7% y el 4% es decir USD 66.100 millones.

Las actividades no petroleras impulsan el crecimiento productivo nacional, mientras más crezca la economía del país, más crecerá el comercio nacional e internacional, esto es una oportunidad alta para Corpei Capital ya que las empresas/ empresarios que estén interesados en la compra o venta de un negocio verán al Brokerage de Negocios como una opción atractiva para alcanzar otros mercados, el crecimiento constante es positivo, estimando un crecimiento del 4% para el año 2014.

Balanza Comercial

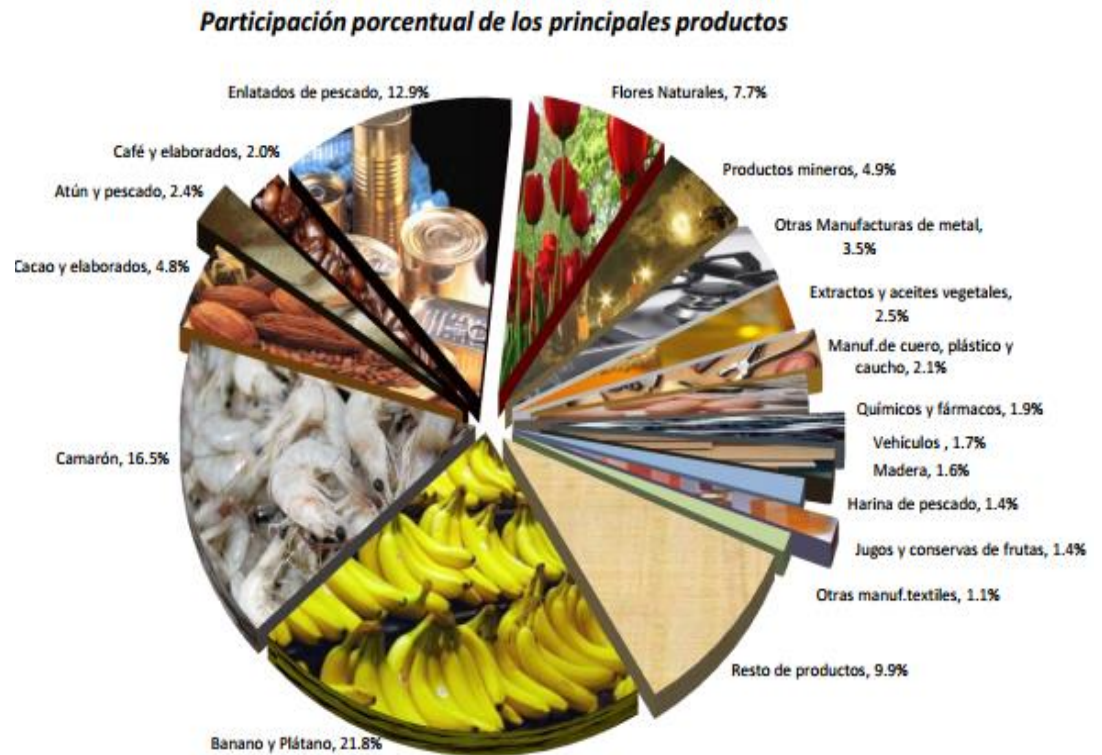
La Balanza Comercial es la diferencia entre las importaciones y exportaciones de un país durante un periodo, Corpei es una empresa que promociona las exportaciones no petroleras mediante varios servicios, es importante analizar cómo evolucionan las mismas. Corpei Capital como división financiera de Corpei con su nuevo servicio de Brokerage de Negocios es importante estar al tanto de los cambios respecto a la balanza comercial ya que en lo que respecta la compra y venta de negocios dependiendo los productos en auge de exportación se puede potencializar la presentación de ciertos negocios a inversionistas del exterior.

Exportaciones

Las exportaciones son cualquier bien o servicio enviado fuera del país. Las exportaciones totales de valor FOB, entre los meses de enero a noviembre del 2013, alcanzaron USD 22,764.1 millones, monto que representó un aumento de 4.8% con relación a las ventas externas registradas en el año 2012 que fueron de USD 21,713.6 millones.

Las exportaciones no petroleras tradicionales alcanzaron USD 4,673.1 millones y las no tradicionales USD 5,168.5 millones, valores superiores al año 2012 en 17.5% y 2.6% en su orden. Las exportaciones no petroleras tradicionales aumentan en un 3.4% y las no tradicionales disminuyen en 3.4% para el año 2013. (www.bce.fin.ec Estadísticas Macroeconómicas , 2013)

Gráfico N° 1 Exportaciones



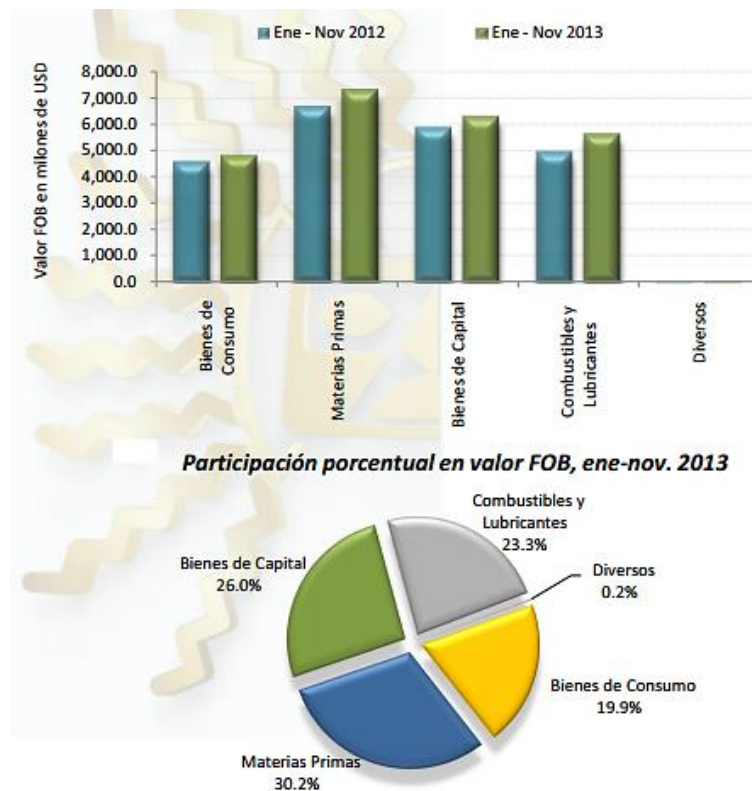
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

De acuerdo a las estadísticas el aumento de las exportaciones es una oportunidad alta para Corpei Capital tomando en cuenta que con el Brokerage de Negocios se podrá presentar negocios a inversionistas en el Extranjero tomando en cuenta los productos que han aumentado su exportación del 2012 al 2013 entre estos se encuentran: Banano y plátano, cacao y elaborados, café y elaborados.

Importaciones

Las importaciones son el ingreso de bienes y servicios para uso interno de un país recibidos desde otro país. De enero a noviembre 2013 las importaciones totales, valor FOB alcanzaron USD 24,116.1 millones, superior a los USD 22,220.3 millones a las compras externas del 2012. El aumento de las importaciones es una amenaza media para Corpei Capital debido a que no aporta al desarrollo de los exportadores que realizan sus productos con materias primas solo del país. (Banco Central del Ecuador Boletín Balanza Comercial Enero-Noviembre 2013)

Gráfico N° 2 Importaciones



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Ecuador cerró el 2013 con un déficit en la balanza comercial, en el país se importan más productos de los que se exportan, por lo cual el Gobierno busca reducir las importaciones con una nueva certificación de control de calidad para ciertos productos lo cual ayudará al país.

Tasa de Interés

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube, existen dos tipos de tasa de interés: tasa pasiva es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado; la tasa activa, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados, esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad. La diferencia entre la tasa activa y la tasa pasiva se llama margen de intermediación. (Banco Central del Ecuador. Boletín Oct-2008)

La tasa referencial para el segmento productivo corporativo y por ende la tasa activa referencial y la tasa legal vigentes 2012 fue de 8.17%. La tasa pasiva referencial hasta Enero 2014 es de 4.53%.

(Banco Central del Ecuador. ISSN: 1319- 1419 Dirección de Estadística Económica)

Tabla N° 2 Tasa de Interés

Tasas de Interés			
ENERO 2014 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.2	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.3
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.5
Microcrédito Acumulación Simple	25.2	Microcrédito Acumulación Simple	27.5
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.5
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.6	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	4.53	Tasa Legal	8.17
Tasa Activa Referencial	8.17	Tasa Máxima Convencional	9.33

Tomado de: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central

Existe una tasa de interés constante desde Enero del 2014 para Productivo PYMES con el 11.83% a Septiembre del mismo año, esto hace que exista demanda de líneas de crédito que favorece al financiamiento de las actividades productivas, creación de nuevas empresas y nuevas líneas de negocios.

Se esperaría una disminución de la tasa de interés ya que a medida que se invierte más dinero, los inversionistas empiezan a desarrollar proyectos rentables, por lo cual la tasa esperada de rendimiento sobre inversiones marginales disminuye. De esta manera se puede tomar a favor para realizar inversiones y mejorar la economía del sector productivo.

Esto representa una oportunidad media para Corpei Capital ya que las empresas/empresarios que estén interesados en la compra de negocios pueden invertir y solicitar créditos para invertir en la compra de empresas y utilizar los servicios de Corpei Capital.

Inflación

La inflación es el incremento generalizado de precios de bienes y servicios del país.

En enero del 2014 el Índice de Precios al Consumidor se ubicó en 146.51 lo que representa una variación mensual de 0,72 mientras que en enero del 2013 se ubicó en 0,50.

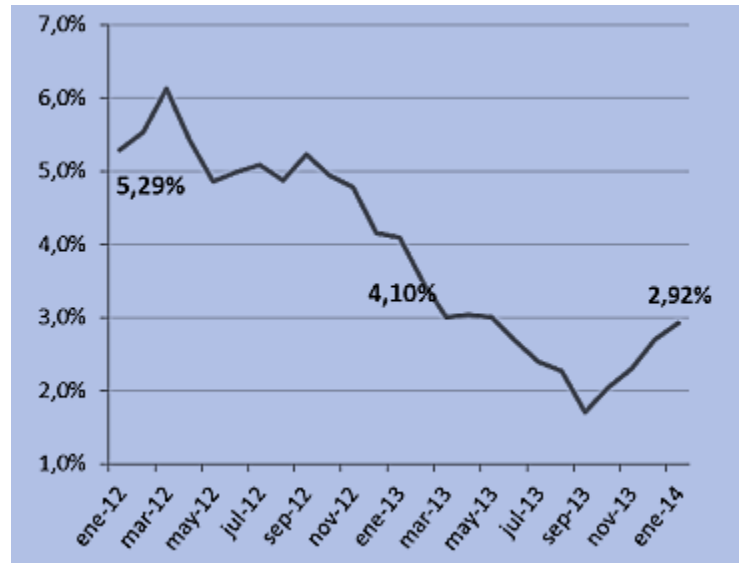
Tabla N° 3 Índice de Precios al Consumidor y sus variaciones

Mes	Índice	Variación Mensual	Variación Anual	Variación Acumulada
ene-13	142,34	0,50%	4,10%	0,50%
feb-13	142,61	0,18%	3,48%	0,69%
mar-13	143,23	0,44%	3,01%	1,13%
abr-13	143,49	0,18%	3,03%	1,31%
may-13	143,17	-0,22%	3,01%	1,09%
jun-13	142,97	-0,14%	2,68%	0,94%
jul-13	142,94	-0,02%	2,39%	0,92%
ago-13	143,19	0,17%	2,27%	1,10%
sep-13	144,00	0,57%	1,71%	1,67%
oct-13	144,59	0,41%	2,04%	2,09%
nov-13	145,16	0,39%	2,30%	2,49%
dic-13	145,46	0,20%	2,70%	2,70%
ene-14	146,51	0,72%	2,92%	0,72%

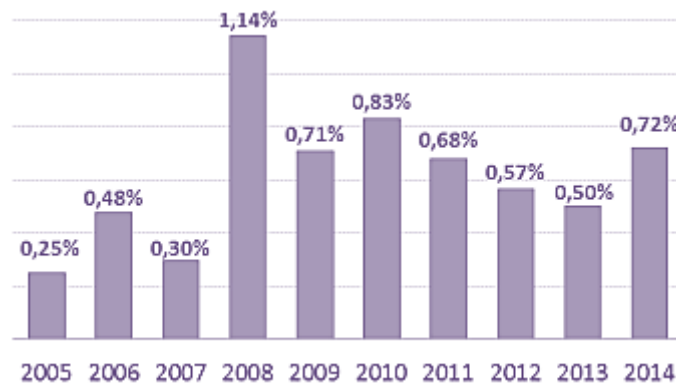
Tomado de: INEC

Elaborado por: INEC

Por su parte la Inflación anual en enero del 2014 fue de 2,92% en el mes anterior fue de 2,70% y la de Enero del 2013 fue de 4,10%. La inflación acumulada en enero del 2014 fue de 0,72% y la del 2013 de 0,50%.

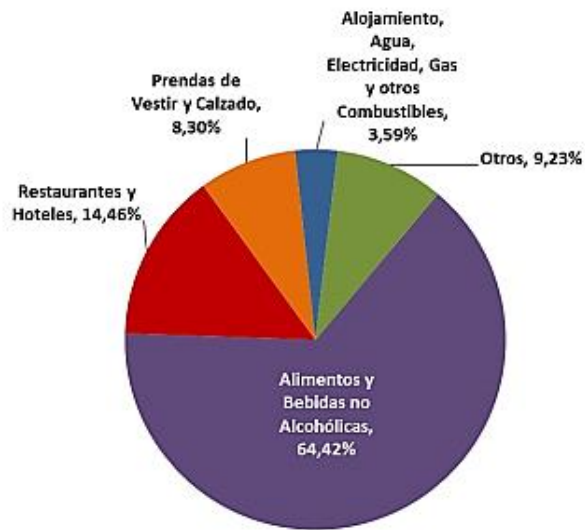
Tabla N° 4 Evolución de la Inflación Anual

Tomado de: INEC
Elaborado por: INEC

Gráfico N° 3 Inflación anual Enero

Tomado de: INEC
Elaborado por: NEC

Los alimentos y bebidas no alcohólicas fueron las que más contribuyeron a la variación de precios seguido de hoteles y restaurantes, el aumento representa el 62,42%.

Gráfico N° 4 Aporte a la Inflación por divisiones de artículos

Tomado de: INEC
Elaborado por: INEC

El Índice de Precios al Productor en enero del 2014 alcanzó un valor de 1696,06 y una variación mensual de 0,41%.

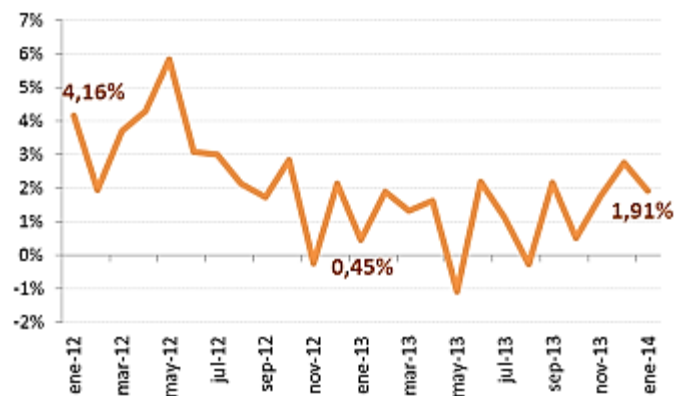
Tabla N° 5 Índices de Precios al Productor y sus variaciones

Mes	Índice	Variación Mensual	Variación Anual	Variación Acumulada
ene-13	1664,25	0,42%	0,45%	0,42%
feb-13	1678,48	0,85%	1,89%	1,27%
mar-13	1684,91	0,38%	1,33%	1,66%
abr-13	1694,94	0,60%	1,62%	2,27%
may-13	1673,34	-1,27%	-1,09%	0,96%
jun-13	1687,61	0,85%	2,18%	1,83%
jul-13	1681,85	-0,34%	1,13%	1,48%
ago-13	1668,07	-0,82%	-0,27%	0,65%
sep-13	1704,20	2,17%	2,17%	2,83%
oct-13	1675,56	-1,68%	0,51%	1,10%
nov-13	1672,43	-0,19%	1,76%	0,91%
dic-13	1703,06	1,83%	2,76%	2,76%
ene-14	1696,06	-0,41%	1,91%	-0,41%

Tomado de: INEC
Elaborado por: INEC

En enero la variación anual de precios al productor fue de 1,91% valor que es superior al del 2013 de 0,45%.

Gráfico N° 5 Evolución de la variación anual del Índice de precios al Consumidor



Tomado de: INEC
Elaborado por: INEC

Para Corpei este resultado es una oportunidad media en cuanto al nivel de inversión y desarrollo de los diferentes productos ecuatorianos. Los empresarios empiezan a perder el miedo al emprendimiento y a la implementación de nuevos productos.

3.1.1.2. Factor Demográfico

La implementación del nuevo servicio de Corpei Capital será aplicado a nivel Nacional, tomando en cuenta que Corpei tiene su

oficina matriz en Guayaquil y una sucursal en Quito, el mercado de Corpei es todo el país. Los medianos y pequeños empresarios que existen en el Ecuador son quienes aplican a los servicios que Corpei Capital ofrece.

Ecuador a 31 de Diciembre del 2013 tiene una población de 15.648.508 habitantes y un país rico en recursos naturales, tiene toda la capacidad de explotación de los mismos para generar fuente de ingresos. Los indicadores que se toman en cuenta son:

Migración

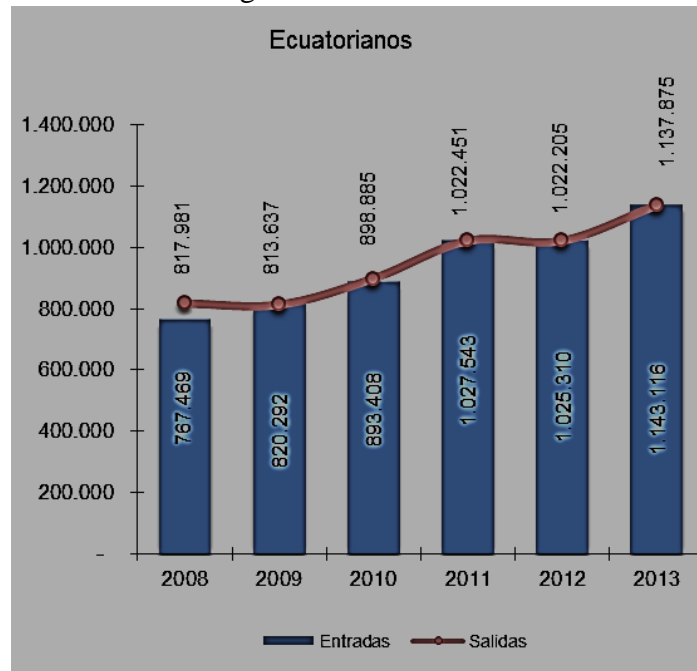
La migración se produce debido a la falta de fuentes de trabajo, financiamiento, mecanismos para obtención de préstamos

Tabla N° 6 Migración

Años	Ecuatorianos	
	Entradas	Salidas
2008	767.469	817.981
2009	820.292	813.637
2010	893.408	898.885
2011	1.027.543	1.022.451
2012	1.025.310	1.022.205
2013	1.143.116	1.137.875

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Gráfico N° 6 Migración

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

“En el año 2013 entraron 1.143.116 ecuatorianos, lo cual representa un incremento del 11,49% (117.806) en relación al año 2012; salieron 1.309.635 extranjeros lo cual representa un incremento del 7,54% (91.832) en relación al año 2012”. (Base de datos entradas y salidas internacionales 2013)

Con la migración de ecuatorianos hacia otros países se genera el ingreso de remesas desde el país de acogida hacia el país de origen del emigrante.

Para Corpei Capital la migración es una amenaza media ya que los servicios que ofrece se enfocan a la producción ecuatoriana y la

promoción de los mismos al exterior, el hecho de que las personas salgan del país no asegura que su inversión la realizara en su país de origen.

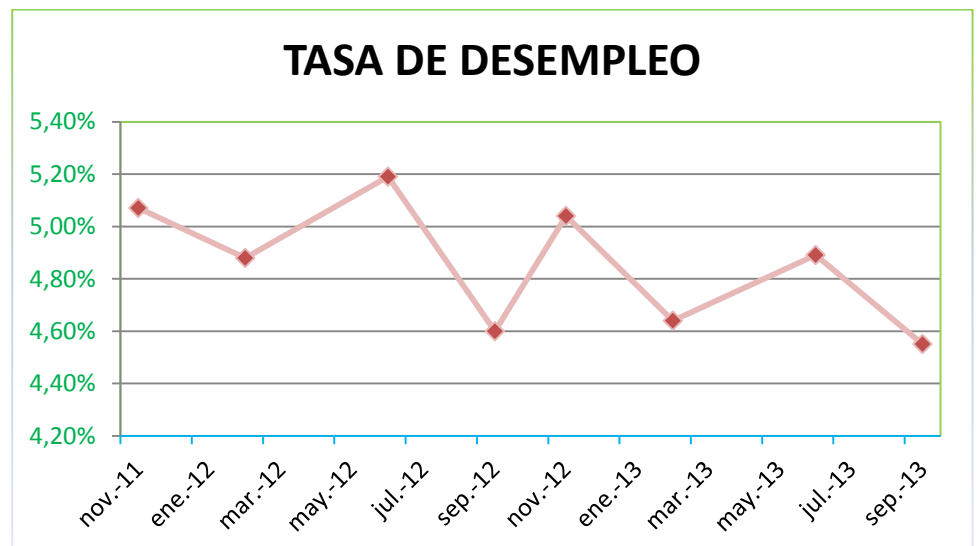
Desempleo

El desempleo es la situación en que personas en capacidad de trabajar y que se encuentra sin un trabajo por diferentes circunstancias carecen de un empleo o una actividad laboral. Esto genera un problema tanto económico como social ya que representa un despilfarro de valiosos recursos. Como problema social los trabajadores desempleados tienen que vivir con una renta menor y más necesidades.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos el desempleo nacional ha tenido una disminución en el año 2013 a una tasa de desempleo de 4.55% con referencia al 2011 y 2012, dicho indicador se toma como una amenaza baja para Corpei, Capital debido a que el desempleo al ser un segmento negativo para el país también puede dar apertura para el desarrollo de nuevas empresas ya sean pequeñas o grandes pero de desarrollo de los productos del país.

Tabla N° 7 Tasa de Desempleo

FECHA	TASA DE DESEMPLEO
nov-11	5.07%
feb-12	4.88%
jun-12	5.19%
sep-12	4.60%
nov-12	5.04%
feb-13	4.64%
jun-13	4.89%
sep-13	4.55%

Gráfico N° 7 Tasa de Desempleo

Fuente: INEC

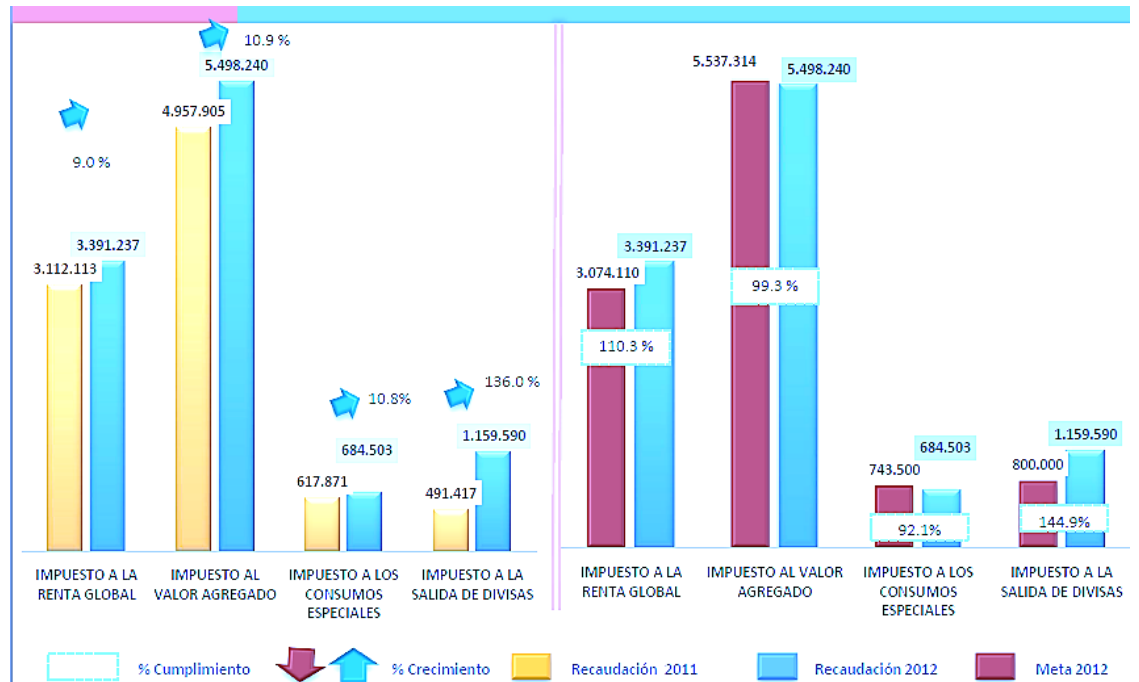
Elaborado por: Estefanía Puente

3.1.1.3. Factor Legal

Régimen Tributario

Por medio del régimen tributario, El Gobierno Central realiza la recaudación de impuestos tales como: impuesto a la renta, impuesto al consumo, específicos, a los activos, comercio exterior los cuales generan ingresos que serán gastados por medio del Presupuesto General del Estado, por intermedio del Ministerio de Economía y Finanzas. La función de recaudación de los impuestos nacionales, distribuidos a través del presupuesto, son administrados por el Servicio de Rentas Internas (SRI) y por la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE). Esta última organización, se encarga de recaudar los derechos arancelarios, pero adicionalmente recauda otros impuestos nacionales que se aplican a otros productos importados que entren por los distintos distritos aduaneros del país. (www.copei.org.ec)

Gráfico N° 8 Régimen Tributario



Fuente: www.sri.gob.ec

Elaborado por: Dirección Nacional de Planificación y Coordinación

Para Corpei Capital los impuestos son una oportunidad media ya que esto ayuda a identificar el tamaño de empresas y además fuera del país las empresas de poder adquisitivo satisfactorio invierten en un producto de calidad y autentico por lo cual es beneficioso potencializar negocios y promocionarlos pero se pierde competitividad si existe un producto con características similares extranjero dentro del país.

Estabilidad Política

Los siete años de Gobierno del Presidente Rafael Correa marcan en Ecuador una época de estabilidad política en medio de éxitos y

críticas son también, el fin del torbellino político que supuso el término abrupto de tres mandatos y el paso de siete presidentes en una década.

El régimen atribuye la estabilidad, entre otros factores, en políticas a favor del pueblo, al cambio en las relaciones de poder, al cumplimiento de las ofertas electorales y a la defensa de la soberanía en todos los campos, en especial en lo económico y político.

Ahora, ningún sector puede desconocer el beneficio que significa para el país, tener un periodo de estabilidad y paz social que garantice la continuidad del periodo constitucional como el que se generó con el actual Gobierno. (www.presidencia.gob.ec Noticia: La Revolución Ciudadana le entregó estabilidad política al país.)

La estabilidad política es una oportunidad alta para Corpei Capital ya que esto hará que existan más interesados en el Brokerage de Negocios de empresas Ecuatorianas.

Inversión Extranjera

La inversión extranjera directa en Ecuador creció 63.5% en el año 2013, cuando el país recibió 549.3 millones de dólares de recursos foráneos para actividades productivas. El sector comercial es el sector que más inversión recibió, con 115.6 millones de dólares,

seguidos por el sector industrial con 113.9 millones de dólares; y en tercer lugar las actividades financieras, con 87.8 millones de dólares. (www.proecuador.gob.ec Noticia: Ecuador recibió 549 millones de inversión extranjera 2013)

Tabla N° 8 Inversión Extranjera

 ACTIVIDAD ECONÓMICA (Estructura Principal)	INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA AUTORIZADA POR ACTIVIDAD ECONÓMICA Y ACTO JURÍDICO AL MES DE DICIEMBRE 2013* (Capital en dólares)					
	CONSTITUCIONES Y DOMICILIACIONES		AUMENTOS DE CAPITAL		TOTAL CONSTITUCIONES Y AUMENTOS	
	No.	Capital	No.	Capital	No.	Capital
AGRICULTURA Y PESCA	31	295,380	25	17,770,117	56	18,065,497
MINAS Y CANTERAS	20	302,792	8	65,623,905	28	65,926,697
INDUSTRIAS	49	932,517	88	112,976,010	137	113,908,527
ELECTRICIDAD	8	478,188	8	14,635,036	16	15,113,224
AGUA Y SANEAMIENTO	7	15,090	2	144,605	9	159,695
CONSTRUCCIÓN	52	1,037,182	6	68,417,759	58	69,454,941
COMERCIO	221	2,989,276	99	112,662,380	320	115,651,656
TRANSPORTE	15	51,834	19	5,164,030	34	5,215,864
ALOJAMIENTO	9	95,600	6	260,725	15	356,325
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	23	91,612	6	2,835,693	29	2,927,305
ACTIV. FINANCIERAS	6	29,203,292	5	58,648,253	11	87,851,545
INMOBILIARIAS	35	15,607,350	16	5,943,229	51	21,550,579
ACTIV. PROFESIONALES	86	458,336	24	2,084,594	110	2,542,930
SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	24	3,061,431	12	26,262,250	36	29,323,681
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	0	0	0	0	0	0
ENSEÑANZA	2	20,800	1	55,390	3	76,190
SALUD Y ASISTENCIA SOCIAL	5	13,350	5	449,008	10	462,358
ARTES Y RECREACIÓN	1	9,375	2	26,324	3	35,699
OTROS SERVICIOS	2	1,200	1	774,720	3	775,920
HOGARES	0	0	0	0	0	0
ORG. EXTRATERRITORIALES	0	0	0	0	0	0
TOTAL	596	54,664,605	333	494,734,028	929	549,398,633

Tomado de: Superintendencia de Compañías. Intendencia Nacional de Tecnología de Información y Comunicaciones.

Elaborado por: Superintendencia de Compañías. Intendencia Nacional de Tecnología de Información y Comunicaciones.

La inversión extranjera es una oportunidad alta para Corpei Capital ya que sus servicios se ven altamente necesarios para las empresas que están interesados en desarrollar sus productos y exportarlos, tomando en cuenta que Corpei Capital tiene excelentes relaciones y convenios de colaboración con Capiapi , Capig , Ministerio de Comercio Exterior.

3.1.1.4. Factor Tecnológico

Para un desarrollo eficiente de los servicios que ofrece Corpei Capital es importante tecnología de calidad para desarrollarla como una ventaja competitiva.

Con el Brokerage de Negocios al comprar una empresa en funcionamiento puede lograrse una adquisición de tecnología lo cual evitara los costos de aprendizaje y reduciendo el tiempo de respuesta en el mercado, lo cual es una gran ventaja en el mercado.

Las nuevas tecnologías crean oportunidades y mercados nuevos, las empresas que no prevean los cambios tecnológicos se encontraran con que sus productos son obsoletos.

Corpei Capital invierte en tecnología para el desarrollo de sus actividades por lo que es una fortaleza de gran impacto que tenga

presupuestado la inversión tecnológica por el cambio constante en el mismo y el impacto de la competencia.

3.1.2. MICROENTORNO

Este análisis está orientado al estudio de las fuerzas que pueden incidir en la empresa estos factores son: de los clientes/usuarios, la competencia, los intermediarios y los proveedores. Éste análisis es fundamental puesto que las pequeñas empresas pueden influir al definir estrategias para atraer clientes y competir.

Las acciones o estrategias que la empresa desarrolle en torno a estos elementos determinaran su permanencia en el mercado que se enfoque.

3.1.2.1. Clientes y Consumidores

Los clientes son el comprador potencial o real de los productos o servicios que se ofrecen. Es importante determinar quiénes son, dónde están, qué necesitan y qué demandan, qué mejoras desearían respecto a los productos que ahora ofrece la competencia y en qué basan sus decisiones de compra. (American Marketing Association (A.M.A))

Los clientes de Corpei Capital son pequeñas y medianas empresas que requieren los servicios financieros que ofrece la empresa, de igual manera la empresa depende de la cantidad de clientes que posea para mantener una posición en el mercado por dicha razón los clientes son una oportunidad alta.

El perfil del potencial cliente de Corpei Capital son pequeñas y medianas empresas que estén constituidas legalmente en el Ecuador y se encuentren en funcionamiento mínimo 2 años.

3.1.2.2. Proveedores

Se debe identificar a aquellos que contribuyan con ventajas competitivas a los productos o servicios que se van desarrollar y que influyen de manera directa en la calidad de los productos o servicios de la empresa.

Corpei Capital maneja su relación con proveedores basado en una política de pagos y un sistema de calidad establecido por Corpei dicho sistema evalúa el grado de satisfacción del cliente interno y de acuerdo a los resultados mantienen la relación con proveedores o se contemplan otras opciones, por esta razón los proveedores son una oportunidad alta.

3.1.2.3. Competencia

Se debe analizar la competencia más directa: aquellas empresas que ofrecen los mismos (o similares) productos o servicios y que se dirigen al mismo público. Quiénes son, dónde están, qué venden, a quién venden, cómo venden, qué ventajas tienen, cuáles son sus carencias, y por qué tienen éxito o por qué no. (<http://www.emprendepyme.net/analisis-externo-de-mercado.html>)

Debido a que actualmente en Ecuador no se ofrece en el mercado un medio para los que aspiran a vender su empresa y los que estarían interesados en adquirirlas. A muchos empresarios se les dificulta al momento de querer vender sus compañías, ya sea, por falta de experiencia, de recursos humanos o de tiempo.

Actualmente el Brokerage de Negocios no tiene una competencia establecida formal y legalmente, sino más bien gente que con la administración del Internet se encuentra en la búsqueda de un Negocio en el cual invertir su dinero y en otros casos en la búsqueda de compradores para sus empresas que por diferentes motivos están dispuestos a vender. Debido a que el Brokerage de Negocios no tiene una competencia es una oportunidad alta para que Corpei Capital pueda enfocarse al mercado objetivo.

3.1.2.4. Matriz resumen de Oportunidades y Amenazas

Análisis de la Matriz POAM Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio

Esta matriz analiza los factores externos, su impacto puede afectar de manera favorable o desfavorable al mercado al cual se está enfocando. El objetivo es identificar el impacto de cada variable antes mencionada. El desarrollo de esta matriz contribuirá para el desarrollo de las estrategias, aprovechando las oportunidades a su máximo nivel y buscando contrarrestar las amenazas que afecten al desarrollo de la empresa.

Gráfico N° 9 Matriz de Oportunidades y Amenazas.

MATRIZ DEL PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS POAM															
AREA	FACTOR	EMPRESA:						CORPEI							
		Oportunidad			Amenaza			Impacto							
		6	5	4	3	2	1	42	35	28	21	14	7		
		alta	media	baja	baja	media	alta								
Economico	SITUACION PIB	1													57%
	EXPORTACIONES	1													
	IMPORTACIONES					1									
	TASA DE INTERES		1												
	INFLACION		1												
	sub total	2	2	0	0	1	0								
	TOTAL	12	10	0	0	2	0								
	VALOR		22			2									
PolíticaLegal	REGIMEN TRIBUTARIO		1					36	30	24	18	12	6	47%	
	ESTABILIDAD POLITICA	1													
	INVERSIÓN EXTRANJERA	1													
	sub total	2	1	0	0	0	0								
	TOTAL	12	5	0	0	0	0								
	VALOR		17			0									
Demográfico	MIGRACION					1		30	25	20	15	10	5	17%	
	DESEMPLEO				1										
	sub total	0	0	0	1	1	0								
	TOTAL	0	0	0	3	2	0								
VALOR		0			5										
Tecnologico	DESARROLLO TECNOLÓGICO	1						30	25	20	15	10	5	20%	
	sub total	1	0	0	0	0	0								
	TOTAL	6	0	0	0	0	0								
	VALOR		6			0									
Competitivo	PODER DE CLIENTES	1						30	25	20	15	10	5	60%	
	PODER DE PROVEEDORES	1													
	COMPETENCIA POTENCIAL	1													
	sub total	3	0	0	0	0	0								
	TOTAL	18	0	0	0	0	0								
VALOR		18			0										
							40%								



Fuente: Sprocket Marketing
Elaborado por: Estefanía Puente

Según la matriz aplicada se puede determinar que las oportunidades de Corpei Capital son las que más prevalecen, con esto se concluye que el entorno externo o macro ambiente contribuye favorablemente al desarrollo y puesta en marcha del nuevo servicio. Es importante elaborar estrategias que permitan a Corpei Capital con el Brokerage de Negocios lograr su posicionamiento explotando todas las posibilidades de expansión con el nuevo servicio y se logre satisfacer las necesidades del mercado objetivo.

3.2. ANÁLISIS INTERNO

Un análisis interno consiste en la identificación y evaluación de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de una empresa. (<http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>)

Realizar un análisis interno tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades, y formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas, y reducir o superar dichas debilidades.

Dentro del ambiente del proyecto que se va a ejecutar existen varios factores en el ambiente de una compañía, que afectan a la operación de la misma, los mismos que establecen límites a la capacidad de la compañía para alcanzar sus objetivos.

3.2.1. Aspectos Organizacionales

Razón Social: Fideicomiso Corpei Capital

Dirección: Junín 105 y Av. Malecón Simón Bolívar, Edificio Vista al Río piso 5 oficina 501

Quito: Av. Amazonas y Villalengua, Edificio Amazonas 100. Piso 8

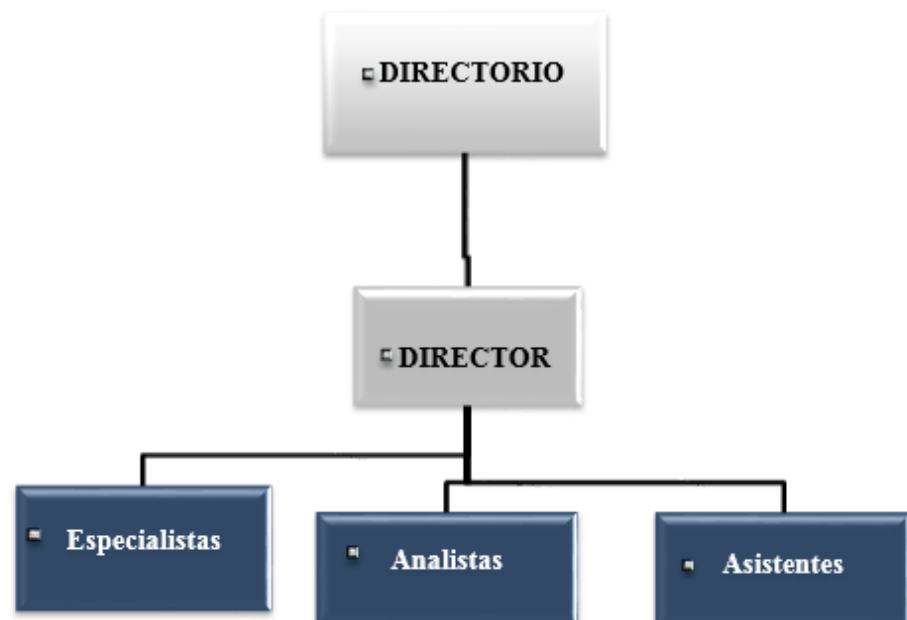
Naturaleza Jurídica: Fideicomiso

Actividad Económica Principal: Actividades Fiduciarias

Representante Legal: Ricardo Parra

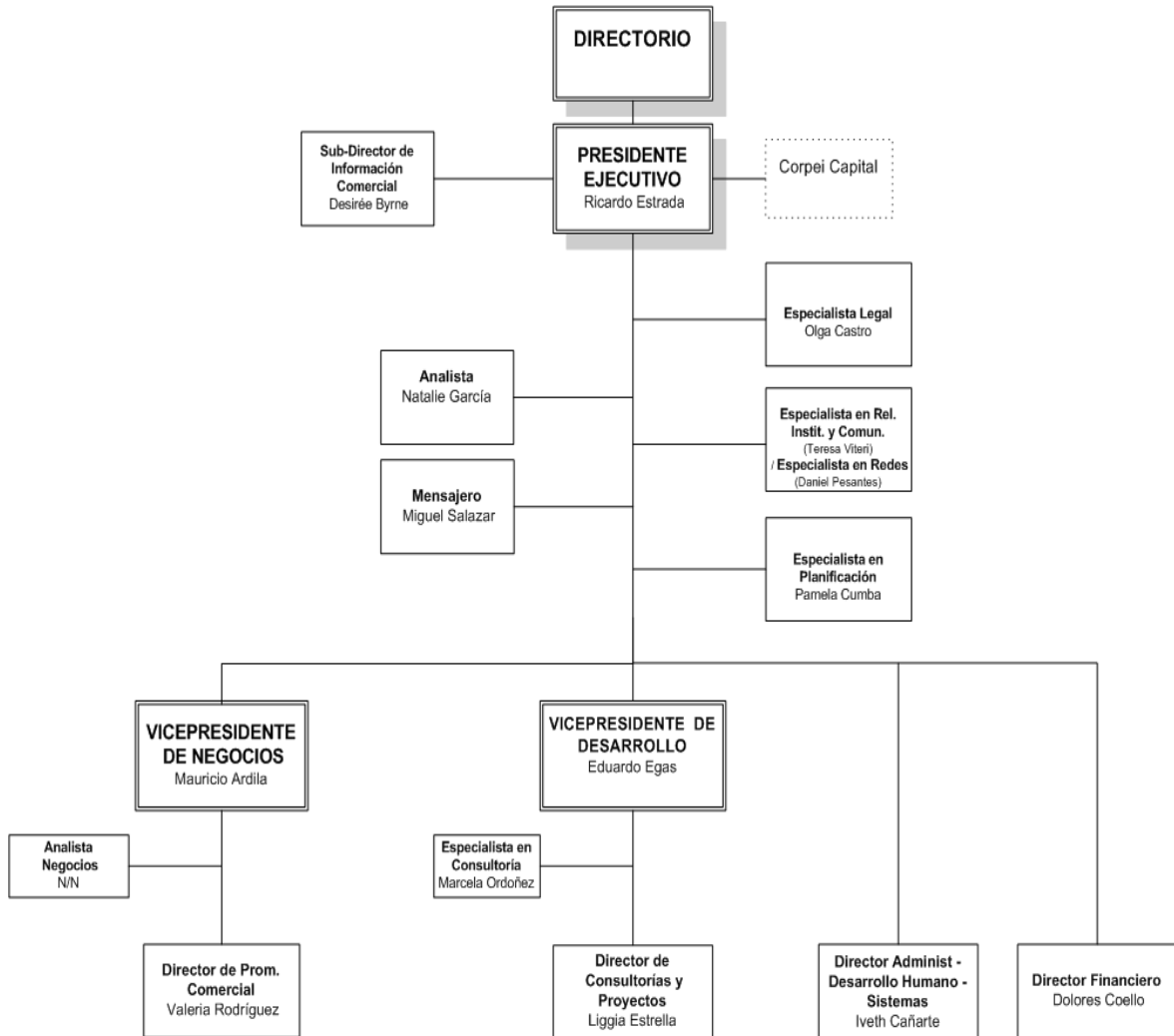
El organigrama funcional de Corpei Capital es el siguiente:

Gráfico N° 10 Organigrama Funcional Corpei Capital



Tomado de: www.corpeicapital.com.ec
Elaborado por: Estefanía Puente

Gráfico N° 11 Organigrama Funcional Corpei

Tomado de: www.corpei.orgElaborado por: www.corpei.org

En la dirección de Corpei Capital esta quien se encarga de asegurar la correcta planificación, ejecución y control de los procesos para las aplicaciones a los servicios que Corpei Capital ofrece.

Corpei Capital en sus instalaciones cuenta con los recursos necesarios para el desarrollo de sus actividades lo cual representa una fortaleza ya que garantiza la presencia y desarrollo de la empresa.

En lo que respecta al ambiente laboral y al trabajo en equipo Corpei Capital delega responsabilidades lo que hace a los trabajadores se sientan motivados parte de la empresa y a la vez a gusto con lo que hace. Además al tener desafíos, ver que su trabajo aporta valor, y que puede aprender e ir creciendo profesionalmente permite que el equipo construya una alta motivación y que en consecuencia, se genere un mejor clima laboral.

El proceso de selección está a cargo de Corpei que se encarga de los gastos administrativos del personal y todo lo que esto conlleva. Dicha selección del personal está a cargo de la Especialista en Desarrollo Humano conjuntamente con la Directora de Desarrollo Humano siguiendo un procedimiento establecido en su sistema de gestión de calidad y una evaluación psicotécnica para identificar las fortalezas de los candidatos y facilitar el procedimiento de selección.

3.2.2. Área Administrativa Corpei Capital

Corpei Capital es administrado por la Fiduciaria Morgan & Morgan Trust Ecuador que es quien da la orden para la liberación de fondos para las respectivas colocaciones. De la parte del personal administrativo y operativo que conforma Corpei Capital se encarga Corpei como se mencionó en el primer capítulo.

3.2.3. Área Operativa Corpei Capital

En la parte operativa de Corpei Capital se encuentra ramificado a partir del Director seguido por los Especialistas de Inversiones, Analista de Inversiones y por último Asistentes de Inversiones detallando sus funciones a continuación:

Director Fideicomiso Corpei Capital

En la dirección de Corpei Capital esta quien se encarga de asegurar la correcta planificación, ejecución y control de los procesos para las aplicaciones a los servicios que Corpei Capital ofrece.

Entre las políticas de desembolsos y colocación de los servicios financieros que existe un monto máximo dependiendo de cada producto, dicho monto es aprobado por el Director. Cuando este sobrepasa se debe llevar a una junta de Directorio que está conformado por miembros del Directorio de

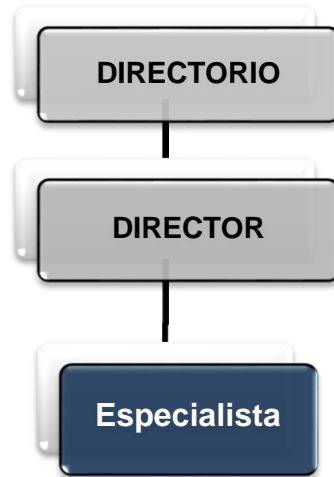
Corpei con una previa presentación del negocio que está aplicando a los servicios que Corpei Capital ofrece.

Además está encargado de elaborar el presupuesto y dar seguimiento al cumplimiento del mismo debido a que Corpei maneja un sistema de incentivos por cumplimiento aplicado de manera trimestral en base al presupuesto y encuestas de satisfacción de los clientes.

Especialista de Inversiones

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
TITULO DEL PUESTO:	ÁREA:
Especialista de Inversiones	Unidad de Negocios Financieros
INFORMA A:	DEPARTAMENTO:
Director	Unidad de Negocios Financieros
SUPERVISA A:	
No aplica	

II. ORGANIGRAMA



III. RESPONSABILIDADES (Cumplir, Hacer Cumplir, Cuidado de Activos):

Asegurar el adecuado análisis financiero y legal de las empresas que aplican para obtener financiamiento.

Cerciorarse de realizar el respectivo seguimiento a la inversión en las empresas.

Responsable del funcionamiento y mantenimiento del Sistema de Gestión de Calidad

IV. FUNCIONES/ACTIVIDADES (Coordinar, Elaborar, Gestionar):

Búsqueda de potenciales clientes

Revisión de criterios de calificación a las empresas aplicantes

Realizar el respectivo seguimiento a las empresas y recuperación de la inversión y los rendimientos correspondientes.

Atender los requerimientos generales de información de instituciones, empresas y personas naturales, así como la difusión de todos los servicios de la UNF.

Coordinar las reuniones para aprobación de las operaciones.

Mantener una base de datos actualizada de las empresas relacionadas y vinculadas al FCC.

Todo otro tipo de asesoría que fuese requerida en el análisis de inversiones y/u operaciones de financiamiento del Fideicomiso Corpei Capital.

Conocer los servicios de la institución, estar en capacidad de presentarlos de manera general y canalizarlos al área correspondiente.

Velar por la satisfacción del cliente y cumplir con las disposiciones emitidas por el Jefe Inmediato.

V. AUTORIDAD (Autorizar, Aprobar, Firmar):	
DECISIONES TOMADAS POR SÍ MISMO Y SIN CONSULTAR	DECISIONES QUE REQUIEREN LA APROBACIÓN PREVIA DE SU JEFE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Firma en liquidaciones de operaciones de Joint Venture 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Órdenes de pago ▪ Movilizaciones ▪ Operaciones de Inversión

VI. COMITÉS Y/O REUNIONES

Los **COMITÉS** y **REUNIONES** en que participa **POR RAZÓN** de su cargo:

- Reuniones de la UNF
- Reuniones con potenciales clientes

VII. RELACIONES INTERNAS

Área	Frecuencia	Motivo
Especialistas de Negocios de las áreas de CORPEI	Permanente	Consultas sobre proyectos en marcha e información comercial que requiera.

VIII. RELACIONES EXTERNAS

Se relaciona con	Frecuencia	Motivo
Empresas privadas	Permanente	Análisis, seguimiento, control y recuperación de la cartera.
Gremios y Organismos	Periódica	Solicitudes de información, coordinación de actividades

gubernamentales		
Organismos internacionales	Periódica	Solicitud de información, búsqueda de recursos y asesoría.

IX. CONDICIONES DE TRABAJO
Condiciones Ambientales:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 70% Oficina 30% Campo
Riesgos en su trabajo:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Problemas de visión por uso continuo del computador ▪ Problemas ergonómicos ▪ Accidentes ▪ Asaltos
Herramientas de trabajo:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Computador con acceso a la red interna e Internet, servicio de correos ▪ Teléfono ▪ Acceso a Impresora/scanner/fax/copiadora

(Especificación Descriptiva de Cargos Corpei Capital)

Analista de Inversiones

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
TITULO DEL PUESTO:	ÁREA:
Analista de Inversiones	Unidad de Negocios Financieros
INFORMA A:	DEPARTAMENTO:
Director	Unidad de Negocios Financieros
SUPERVISA A:	
No aplica	

II. ORGANIGRAMA



III. RESPONSABILIDADES (Cumplir, Hacer Cumplir, Cuidado de Activos):

Asegurar el adecuado análisis financiero y legal de las empresas que aplican para obtener financiamiento.

Cerciorarse de realizar el respectivo seguimiento a la inversión en las empresas.

Responsable del funcionamiento y mantenimiento del Sistema de Gestión de Calidad

IV. FUNCIONES/ACTIVIDADES (Coordinar, Elaborar, Gestionar):

Búsqueda de potenciales clientes

Revisión de criterios de calificación a las empresas aplicantes

Realizar el respectivo seguimiento a las empresas y recuperación de la inversión y los rendimientos correspondientes.

Atender los requerimientos generales de información de instituciones, empresas y personas naturales, así como la difusión de todos los servicios de la UNF

Receptar solicitudes de potenciales interesados y realizar el respectivo análisis.

Coordinar las reuniones para aprobación de las operaciones.

Mantener una base de datos actualizada de las empresas relacionadas y vinculadas al FCC.

Elaborar de órdenes de pago de las facturas de la UNF

Todo otro tipo de asesoría que fuese requerida en el análisis de inversiones y/u operaciones de financiamiento del Fideicomiso Corpei Capital.

Apoyar en los procesos financieros, asociados al manejo de los Flujos de Caja, de Efectivo, gestión y control de activos y pasivos financieros, relación con Bancos y otras instituciones financieras y de los documentos de respaldo de las operaciones realizadas.

Conocer los servicios de la institución, estar en capacidad de presentarlos de manera general y canalizarlos al área correspondiente.

V. AUTORIDAD (Autorizar, Aprobar, Firmar):	
DECISIONES TOMADAS POR SÍ MISMO Y SIN CONSULTAR	DECISIONES QUE REQUIEREN LA APROBACIÓN PREVIA DE SU JEFE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Firma en liquidaciones de operaciones de Joint Venture 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Órdenes de pago ▪ Movilizaciones ▪ Operaciones de Inversión

VI. COMITÉS Y/O REUNIONES	
Los COMITÉS y REUNIONES en que participa POR RAZÓN de su cargo:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reuniones de la UNF ▪ Reuniones con potenciales clientes 	

VII. RELACIONES INTERNAS		
Área	Frecuencia	Motivo
Especialistas de Negocios de las áreas de CORPEI	Permanente	Consultas sobre proyectos en marcha e información comercial que requiera.
VIII. RELACIONES EXTERNAS		
Se relaciona con	Frecuencia	Motivo
Empresas privadas	Permanente	Análisis, seguimiento, control y recuperación de la cartera.
Gremios y Organismos gubernamentales	Periódica	Solicitudes de información, coordinación de actividades

Organismos internacionales, ONG, Instituciones de Apoyo al sector	Periódica	Solicitud de información, búsqueda de recursos y asesoría.
---	-----------	--

IX. CONDICIONES DE TRABAJO	
Condiciones Ambientales:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 70% Oficina 30% Campo 	
Riesgos en su trabajo:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Problemas de visión por uso continuo del computador ▪ Problemas ergonómicos ▪ Accidentes ▪ Asaltos 	
Herramientas de trabajo:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Computador con acceso a la red interna e Internet, servicio de correos ▪ Teléfono ▪ Acceso a Impresora/scanner/fax/copiadora 	

(Especificación Descriptiva de Cargos Corpei Capital)

Asistente de Inversiones

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
TITULO DEL PUESTO:	ÁREA:
Asistente	Unidad de Negocios Financieros
INFORMA A:	DEPARTAMENTO:
Director	Unidad de Negocios Financieros
SUPERVISA A:	No aplica

II. ORGANIGRAMA

III. RESPONSABILIDADES (Cumplir, Hacer Cumplir, Cuidado de Activos):**Quien ejecuta actividades administrativas**

Asegurar el correcto manejo de los recursos

Direccionar de manera correcta y eficiente las consultas de los clientes externos e internos.

Responsable del funcionamiento y mantenimiento del Sistema de Gestión de Calidad

Quien ejecuta actividades de factoring

Asegurar el adecuado análisis de las empresas que requieren el servicio de compra anticipada de facturas.

Cerciorarse de los saldos de las cuentas bancarias conjuntas con los clientes para liquidar las operaciones de factoring de forma oportuna.

Responsable del funcionamiento y mantenimiento del Sistema de Gestión de Calidad.

IV. FUNCIONES/ACTIVIDADES (Coordinar, Elaborar, Gestionar):

Quien ejecuta actividades administrativas

Búsqueda de potenciales clientes

Atender los requerimientos generales de información de los servicios de la UNF, así como la difusión de estos servicios.

Mantener contacto con las empresas relacionadas a la UNF vía telefónica y electrónica.

Mantener una base de datos actualizada de las empresas relacionadas y vinculadas a la Unidad de Negocios Financieros.

Asistencia a la Dirección de la Unidad de Negocios Financieros.

Realizar el seguimiento de las actividades delegadas por el Director.

Manejar la agenda y cronograma de actividades del Director, atender sus llamadas y coordinar reuniones; llevar registro de las mismas.

Receptar toda la correspondencia interna y externa dirigida al Director de la UNF.

Solicitar proveeduría y llevar control de la misma.

Elaborar actas y/o informes de reuniones y actividades desarrolladas cuando sea requerido.

Elaboración de órdenes de pago y movilizaciones

Manejar la caja chica del área.

Coordinar las Juntas de Directorio

Conocer los servicios de la institución, estar en capacidad de presentarlos de manera general y canalizarlos al área correspondiente.

Quien ejecuta actividades de factoring

Búsqueda de clientes potenciales

Realizar el respectivo seguimiento a las empresas y recuperación de la cartera.

Analizar información comercial, crediticia y legal del aplicante a los servicios de factoring.

Ingresar la información de los clientes y realizar el detalle y las liquidaciones de las operaciones de factoring.

Atender los requerimientos generales de información de los servicios.

Apoyar en los procesos financieros, asociados al manejo de los Flujos de Caja, de Efectivo, gestión y control de activos y pasivos financieros, relación con Bancos y otras instituciones financieras

Todo otro tipo de asesoría que fuese requerida en el análisis de inversiones y/u operaciones de financiamiento.

V. AUTORIDAD (Autorizar, Aprobar, Firmar):	
DECISIONES TOMADAS POR SÍ MISMO Y SIN CONSULTAR	DECISIONES QUE REQUIEREN LA APROBACIÓN PREVIA DE SU JEFE

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ninguna 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Órdenes de Pago ▪ Movilizaciones ▪ Comunicaciones ▪ Liquidaciones de operaciones de factoring
---	--

VI. COMITÉS Y/O REUNIONES	
Los COMITÉS y REUNIONES en que participa POR RAZÓN de su cargo:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reuniones de la UNF ▪ Reuniones con potenciales clientes 	

VII. RELACIONES INTERNAS		
Área	Frecuencia	Motivo
Especialistas de Negocios de las áreas de CORPEI	Permanente	Consultas sobre proyectos en marcha e información comercial que requiera.

VIII. RELACIONES EXTERNAS		
Se relaciona con	Frecuencia	Motivo
Empresas privadas	Permanente	Análisis, seguimiento, control y recuperación de la cartera.
Gremios y Organismos gubernamentales	Periódica	Solicitudes de información, coordinación de actividades
Organismos internaciones, ONG, Instituciones de Apoyo al sector	Periódica	Solicitud de información, búsqueda de recursos y asesoría.

IX. CONDICIONES DE TRABAJO
Condiciones Ambientales:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 100% Oficina
Riesgos en su trabajo:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Problemas de visión por uso continuo del computador ▪ Problemas ergonómicos ▪ Accidentes

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asaltos
<p>Herramientas de trabajo:</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Computador con acceso a la red interna e Internet, servicio de correos ▪ Teléfono ▪ Acceso a Impresora/scanner/fax/copiadora

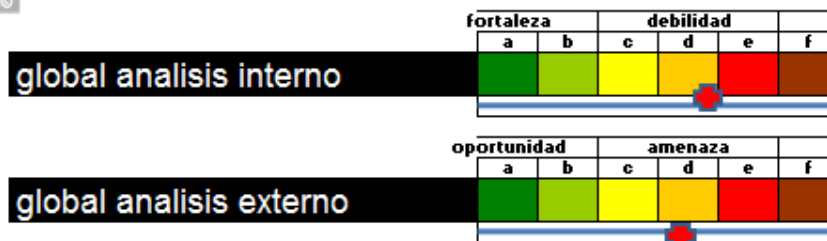
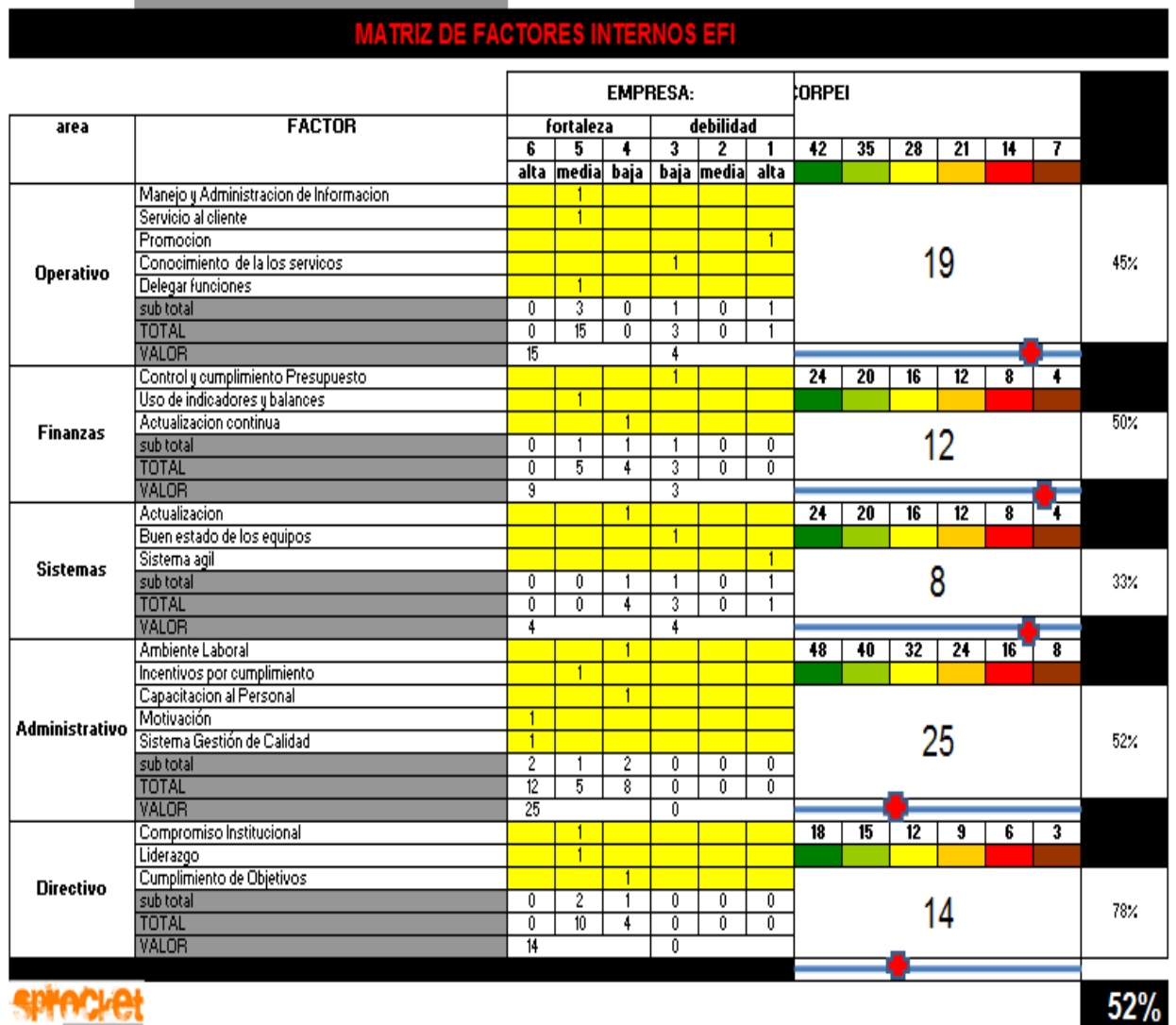
(Especificación Descriptiva de Cargos Corpei Capital)

3.2.4. Matriz resumen de Fortalezas y Debilidades Factores Internos

Análisis Matriz de Factores Internos EFI

Consiste en constituir una matriz para formular estrategias que resuman y evalúen las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de la empresa, además identifica y evalúa las relaciones entre dichas áreas. Al elaborar una matriz EFI es necesario dar un peso a cada variable de esta manera se puede observar que variables son las que afectan directamente al desarrollo interno de la empresa y la importancia de las mismas.

Gráfico N° 12 Matriz de Factores Internos EFI



Tomado de: Sprocket Marketing
Elaborado por: Estefanía Puente

Con esta matriz se puede observar que Corpei Capital tiene una deficiencia en el ambiente interno donde hay que establecer parámetros para una mejora continua y contar con buenos profesionales que se encuentren capacitados en todos los servicios que Corpei Capital ofrece para una mejor atención al cliente.

Además se debe tomar en cuenta estrategias en el área de promoción ya que es fundamental para posicionar la empresa; para aprovechar las oportunidades de negociación es importante que el capital humano y desarrollo de procesos internos sean lo suficientemente eficientes.

Corpei Capital al mejorar las estrategias en el área de Desarrollo Humano y procesos internos contribuirá a que las oportunidades del ambiente externo se las pueda aprovechar de mejor manera. Es relevante plantear el cambio de mentalidad empresarial interno, desde los niveles de alta gerencia hasta los más cercanos al cliente.

3.3. INGENIERÍA DEL SERVICIO

3.3.1. Procesos de implementación del nuevo servicio

Para la implementación del Brokerage de Negocios como nuevo servicio de Corpei Capital se toma en cuenta los siguientes pasos:

- **Estudio de Mercado**

Corpei Capital basado en un estudio de mercado previo y tomando en cuenta que con el nuevo servicio de Brokerage de Negocios se atenderá un mercado cautivo que beneficiará a las Pymes y empresarios ya que tendrán acceso a un servicio que nadie como entidad ofrece.

El mercado objetivo son las pequeñas y medianas empresas que son a quienes Corpei Capital enfoca sus servicios, este estudio de mercado dará una pauta de lo que el cliente sabe de Corpei Capital y si estarían interesados en el nuevo servicio o saben de alguien que pueda estarlo.

- **Actualización de Herramientas Tecnológicas**

La tecnología que se utilizara es otro punto a considerar analizando la capacidad de los sistemas actuales donde se comparte información en la página de Corpei Capital, será necesario agregar a la página web el nuevo servicio. La implementación del nuevo servicio se desarrollara conjuntamente con las áreas de Promoción y Sistemas que son quienes se encargan del diseño, funcionamiento y manejo de la información que ahí se proporcione.

- **Campaña Vía Mailing**

El marketing online mediante Campañas Mailing es una forma de marketing directo que utiliza el correo electrónico como medio de comunicación comercial.

El objetivo del envío de estos correos es para mejorar la relación actual de Corpei Capital y los clientes para fomentar su lealtad, vuelvan adquirir los servicios de la empresa y conozcan sobre el Brokerage de Negocios.

Se va a enfatizar el envío de correos electrónicos con el fin de captar nuevos clientes. Esta campaña se la usara como herramienta de apoyo para conseguir un mayor impacto y llegar al máximo público objetivo posible. Es importante tener claro el objetivo que se desea conseguir, realizar un buen arte y un buen texto para desarrollar un mail atractivo fácil de entender y de asimilar y sobre todo que incite a participar al usuario.

- **Lanzamiento del Nuevo Servicio**

Para dicho lanzamiento se tomara en cuenta las siguientes estrategias:

Campaña en Redes Sociales

Es necesario estar en vanguardia y potencializar el servicio a través de una de las herramientas más visitadas por la gente como es el Internet. Al realizar una campaña de redes sociales a través de todas las herramientas que esta ofrece como es Youtube, Facebook, Twiter y la Página Web Institucional se podrá asegurar un mejor posicionamiento de Corpei Capital.

Youtube, Facebook y Twiter son las redes sociales gratuitas más grandes del mundo que permite conectarse en un espacio personal, se puede compartir videos, subir fotos, crear eventos, escribir notas, compartir estados, entre otras funciones.

Facebook sobre todo en la actualidad es una herramienta de trabajo empresarial, por lo que toda empresa ve como una necesidad tener una cuenta en dicha red social, Corpei tiene una cuenta en Facebook pero no se ha desarrollado en su máximo potencial para lo cual se debería tener una actualización constante para mantener activos a los clientes, estar pendientes de la competencia y a quienes la siguen, comenten y utilice hashtags para hacer tendencia.

Capacitación

La capacitación continua tanto en servicio al cliente como en temas de vanguardia de acuerdo a las áreas en las que se desempeñen cada uno aportara al posicionamiento de Corpei Capital con el nuevo servicio por ende el personal debe tener la capacidad de ofrecer soluciones nuevas y adecuarse a las nuevas tendencias con los siguientes beneficios:

- ✓ Mejor comunicación interna.
- ✓ Mejor imagen institucional.
- ✓ Contribuye a la formación de cada funcionario.
- ✓ Permite el logro de metas individuales.

Red de Contactos

Corpei Capital debe extender su red de contactos por lo que es necesario buscar nuevas alianzas estratégicas y así ganar posicionamiento en el mismo aportando a los diferentes servicios financieros.

Finalmente con dichas estrategias se realizará una campaña de lanzamiento exponiendo los servicios que actualmente Corpei Capital ofrece, enfatizando el Brokerage de Negocios como nuevo servicio y sus ventajas lo cual ayudará a fidelizar a los actuales clientes y llegar al mercado objetivo.

Este lanzamiento será realizado en Quito y Guayaquil tomando en cuenta las alianzas estratégicas que Corpei Capital mantiene con CAPIG Cámara de la Pequeña Industria del Guayas y la CAPEIPI Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha con quienes hay un convenio y se mantiene una buena relación comercial.

3.3.2. Comercialización

Es el conjunto de funciones que se desarrollan desde que se presta el servicio hasta que el cliente lo recibe.

Es un factor indispensable para la implementación del nuevo servicio y que este pueda sostenerse y crecer.

Para la comercialización del nuevo servicio se toma en cuenta la ubicación central con la que Corpei cuenta tanto en Quito y Guayaquil ya que es una ventaja competitiva.

La matriz de Corpei está en la ciudad de Guayaquil en el Centro de Convenciones, Corpei es propietario de una oficina dentro del Centro de Convenciones cerca de un Centro de exposiciones para eventos y otras empresas lo cual lo convierte en un centro empresarial importante.

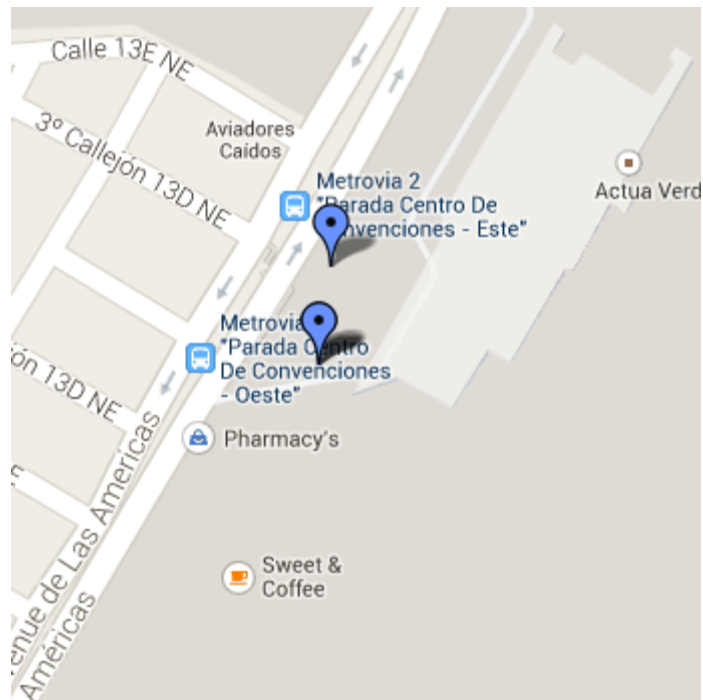
Su ubicación es Avenida de las Américas Centro de Convenciones Simón Bolívar PB oficina 1.

Fotografía N° 1



Tomado de: Rede Social Facebook Corpei

Fotografía N° 2



Tomado de: Google maps
Elaborado por: Estefanía Puente

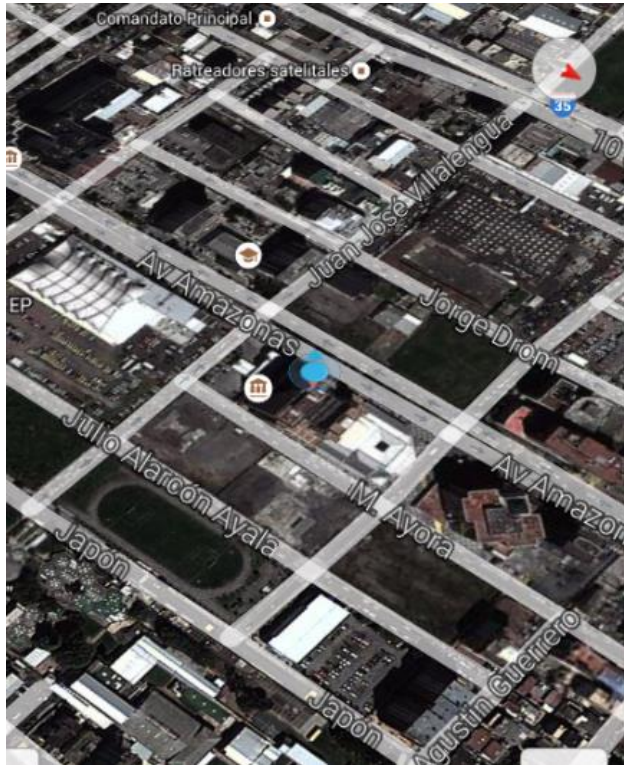
En Quito, Corpei está ubicado en el centro empresarial, comercial y financiero lo cual le favorece considerablemente por ser un lugar central para la ubicación de cualquier posible cliente. Está entre la Avenida Amazonas N4430 y Villalengua, Edificio Amazonas 100 piso 8.

Fotografía N° 3



Tomado de: Emporis <http://www.emporis.com/>

Fotografía N° 4



Tomado de: Google maps
Elaborado por: Estefanía Puente

Corpei cuenta con una excelente infraestructura en cada una de sus oficinas tanto por fuera como por dentro. Corpei se preocupa por el cambio continuo de imagen institucional con las tendencias de inmuebles e imagen.

Actualmente cuenta con una ubicación central e ideal para desarrollar sus actividades y el posicionamiento que desea. Sin embargo se debe promocionar el lugar de ubicación con banners en la recepción del edificio y promoción mediante flyers y en las ferias que Corpei organiza.

Para el proceso de comercialización del Brokerage de Negocios como nuevo servicio hay varios aspectos que se actualizarán mismos que están detallados a continuación:

Brochures y Roll Ups

Para el público local se puede acceder a través de vías de comunicación directas, una estrategia de comercialización será la inclusión del nuevo servicio en los Roll Ups y Brochures de Corpei Capital.

Para generar aún más exposición, se está considerando la posibilidad de aparecer en programas de noticias locales como especialista o patrocinar a entidades benéficas locales o eventos educativos. Estos métodos no sólo darán a conocer su empresa, sino también ayudarán a establecer una relación con sus clientes.

Estrategias de comercialización por Internet y Redes Sociales

Maximizar el uso en las redes sociales y alentar a los clientes a seguir las actualizaciones que Corpei Capital hará en Facebook, Twitter y en un blog de la compañía serán excelentes herramientas para comenzar una conversación con los clientes.

Para la comercialización se debe implementar en las redes sociales de comunicación directa maneras creativas de interactuar con los clientes, como implementar concursos, hacer votaciones y etiquetar a los seguidores en las publicaciones.

A dichas implementaciones se dará un monitoreo a los resultados regularmente. Al concentrar el tiempo en ideas que aportaran un cambio notable y reestructurar las que no, se podrá aprovechar al máximo los recursos de comercialización.

3.3.3. Diagrama de Procesos

Es una técnica que permite representar gráficamente las operaciones y estructuras que se van a realizar, por medio de la representación de los pasos de un proceso.

Gráfico N° 13 Diagrama de Procesos

Diagrama de procesos



Tomado de: Estefanía Puente
Elaborado por: Estefanía Puente

○ Procesos para la Compra-Venta de Empresas

El proceso de compra y de venta es similar siempre que se trata de una misma operación. Sin embargo existen etapas dentro de este proceso que resultan más críticas para una de las partes.

De forma sintetizada se presentan los principales pasos a considerar en cualquier operación de compra-venta:

El Mandato, acuerdo básico entre Cliente y Corpei Capital

Contrato de mandato donde se define los servicios a prestar, obligaciones del Broker y también del cliente, metodología, equipo de trabajo, honorarios y calendario tentativo.

Trabajos Previos: Presentación de la Empresa y la Valoración**Memorando**

Es una Presentación de la compañía que contenga información descriptiva suficiente del negocio al objeto de que un tercero pueda hacerse una idea suficiente del negocio. Esta información debe ser descriptiva y nunca debe contener aspectos estratégicos

Valoración

Se debe definir y acordar con el cliente si la venta del negocio es en sus condiciones actuales o desea implementar estrategias para mejorar su rendimiento y luego vender el negocio.

Se realiza una estimación de valor que complementa la percepción subjetiva que el cliente pueda tener del valor de su negocio tomando en cuenta el posicionamiento de su negocio, relación con clientes y proveedores que le dan un valor agregado al negocio.

Búsqueda y Selección de Candidatos

Corpei Capital hará un análisis detallado de quiénes pueden ser potenciales candidatos a ser analizados para realizar una operación de compra-venta.

Si se asesora a una empresa en su proceso de venta, Corpei Capital identificara a los candidatos (tanto locales como extranjeros) que pueden resultar potencialmente atractivos y convenientes para el acercamiento inicial. Se trata de contactar a potenciales interesados y mantener la más absoluta confidencialidad respecto a la identidad de la empresa en venta.

Si el asesoramiento es para compra, y el primer acercamiento resulta positivo, se dará cierta información que permita hacerse una primera idea del negocio y su valor.

El procedimiento de venta o de compra es igual por tratarse de una misma operación con distintos intereses según sea uno comprador o vendedor.

La Negociación Inicial

Corpei Capital con una Carta de Confidencialidad, debe entregar al potencial comprador el Memorando de la compañía.

En este Memorando o Presentación de la Empresa se dará información completa de la compañía y luego de un periodo razonable se exige al posible comprador que ratifique su interés inicial. En esta parte del proceso es necesario realizar una visita a las instalaciones y se coordina una reunión que permita un mayor acercamiento y conocimiento entre las partes.

Se elabora una Carta de Intenciones que cierra la primera fase de la negociación donde se detalla: el objeto de la transacción y su precio, las partes que intervienen en la misma, condiciones y plazos. Una vez firmada la Carta de Intenciones por ambas partes, se cierra la Negociación Inicial para dar paso al siguiente proceso.

El Proceso Due Diligence

Posterior a la firma de la Carta de Intenciones, Corpei Capital hará el análisis respectivo de la empresa que está en negociación, donde se enfatizara en los siguientes aspectos:

- Los antecedentes de la transacción
- La visión general del negocio
- La Organización de la empresa
- El Análisis del Negocio
- Análisis Financiero de la Empresa
- Sistemas de Información y Control
- Contingencias Fiscales
- Contingencias Medioambientales
- Gestión del Riesgo y Seguros.
- Contingencias Jurídicas
- Contingencias Laborales

El principal objetivo de este proceso es conocer en profundidad al Negocio, mediante una revisión exhaustiva de todas las áreas que componen la empresa objeto de la venta. Se hace una revisión para confirmar (o desestimar) todas las hipótesis sobre las que se ha tomado la decisión de adquisición.

En esta etapa de la negociación cabe recalcar que Corpei Capital ya cuenta con la información necesaria que es solicitada al inicio en la firma del mandato. La información solicitada es la que se encuentra en los Anexos del 1 al 5; además de la información obtenida del SRI, Superintendencia de Compañías, Función Judicial, Equifax para proceder al análisis.

Este análisis será determinante en el proceso de negociación de la Compra Venta de la Empresa y en el mismo cierre de la transacción de la compra venta.

Con este proceso se reduce el riesgo de la transacción y aporta al comprador una evaluación independiente, objetiva, y detallada del negocio.

El objetivo es analizar la información que se tiene del negocio y verificar que lo presentado y declarado por el vendedor resulta ser cierto. Esta tardara de dos o tres semanas, una vez cerrado el plazo de Diligencias se prosigue con la Negociación Final.

La Negociación Final.

Sera gestionada por los Especialistas de Inversiones de Corpei Capital, lo negociado debe plasmarse en el futuro borrador de contrato que deberá contener el objeto y las partes, declaraciones de las partes, garantías, fórmulas de ajustes a contingencias, penalizaciones, incumplimientos.

Se cerrará el negocio con la firma del Contrato, tomando en cuenta que para comprar o vender una empresa se debe tener en cuenta todas estas circunstancias para minimizar los riesgos y maximizar el resultado.

Los documentos legales necesarios para la negociación son redactados y elaborados bajo los parámetros legales pertinentes por la abogada de Corpei y el Director de Corpei Capital.

3.3.4. Distribución de planta y equipo

Corpei Capital para la implementación del Brokerage de Negocios hará uso de los recursos que actualmente dispone tanto en infraestructura como en equipos debido que no habrá incremento de personal.

3.3.5. Estudio del servicio

- **Características del servicio**

El Brokerage de Negocios está dirigido a las Pymes que por diferentes motivos se encuentran en la búsqueda de inversionistas o empresas interesadas en comprar su negocio. Las principales características del Brokerage de Negocios son:

-Asesorar a los empresarios sobre preguntas que surgirán al momento de querer vender su compañía como: cuánto vale y cuánto debe pedir por su negocio, donde ofrecerlo en venta, como calificar a los interesados y los términos de la negociación.

-Asistir a propietarios de empresas en preparar su negocio para la venta, enseñar los negocios que tiene en cartera a los inversionistas y ubicar negocios que puedan estar a la venta, preparar y entregar todos los documentos necesarios para cerrar el trato, y asistir en el cierre de la venta.

Para los clientes que van aplicar al nuevo servicio se continuará con los formatos que Corpei Capital maneja para las aplicaciones a los diferentes servicios.

A continuación se detalla los documentos que se solicitarán para la aplicación, mismos que están como Anexos:

Anexo 1 Formulario Due Dilligence

Anexo 2 Requisitos Aplicación

Anexo 3 Calificación Administradores y Accionistas

Anexo 4 Plan de Negocios

○ **Servicios adicionales**

Optimización de Empresas:

Adicional al Brokerage de Negocios Corpei Capital ofrece un plus en el caso de estar interesados en la venta del negocio, se elaborara

un informe adicional con un análisis para la Optimización de la Empresa en caso de requerirlo el cliente.

La Optimización de Empresas es un análisis global de la empresa y de su estado real donde se dan recomendaciones, sugerencias y las estrategias pertinentes que aplicándolas harán un negocio más rentable e incrementará su valor al momento de la venta.

La diferencia es que en la Valoración de Empresas solamente se hace un análisis de lo que la empresa ya tiene y en base a eso se valora y la optimización es un informe para algún cambio que sea necesario.

- **Requerimientos de Personal**

Para la implementación del nuevo servicio se delegará funciones a los empleados con los que actualmente Corpei Capital cuenta; por lo cual los funcionarios se les darán capacitaciones.

Tabla N° 9 Salario Unificado Corpei

CARGO	SALARIO UNIFICADO CORPEI
DIRECTOR	\$ 2.200
ESPECIALISTA	\$ 1.450
ANALISTA	\$ 1.250
ASISTENTE	\$ 660
TOTAL	\$10370,00

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

○ **Estimación de la inversión**

Para la implementación del Brokerage de Negocios como se explicó se deberá invertir en:

Campana de Mailing

Tabla N° 10 Presupuesto Campana Vía Mailing

<u><i>Campana Via Mailing</i></u>	
Costo centavos por mail	0,05
N° de Empresas en Base de Datos	18000
Costo Total	900

Tomado de: Investigación
Elaborado por: Estefanía Puente

Capacitaciones

Tabla N° 11 Presupuesto Capacitaciones

<u><i>Capacitaciones</i></u>			
Tema	Horas	Costo hora	Costo Total
Desarrollo de habilidades Gerenciales para mandos medios	8	37,5	300
Competencias Comerciales enfocados en la venta de Servicios Financieros	8	37,5	300
Mejores Practicas para liderar, influenciar y fortalecer equipos de trabajo	8	37,5	300
Gestion de Talento Humano basado en Competencias Laborales	8	37,5	300
		TOTAL	1200

Tomado de: Investigación
Elaborado por: Estefanía Puente

Tabla N° 12 Presupuesto Gastos Mensuales

<i>Presupuesto</i>				
Campana Via Mailing	\$ 900,00		15000,00	100%
Capacitaciones	\$ 1.200,00		12470,00	83%
Salarios	\$ 10.370,00			
			Margen Asesoramiento	17%
Total	12470			

Tomado de: Investigación
Elaborado por: Estefanía Puente

○ **Determinación de Precio**

Los costos del servicio dependerán del tipo de trabajo que requiera cada cliente, Corpei Capital en base a los costos en los que se incurrirá y tomando en cuenta la encuesta que se hará sobre el precio del Nuevo Servicio se estima cobrar dependiendo el tamaño de la empresa.

Tabla N° 13 Determinación del Costo sobre la Venta de un Negocio

Tamaño de Empresa	Ventas	Empleados	% Sobre del Valor de Venta del Negocio
Pequeña	De 100000 a 1'000000	De 10 a 49	10%
Mediana	De 1'000001 a 2'000000	De 50 a 99	15%

Tomado: Ecuador en Cifras
Elaborado por: Estefanía Puente

Si es una pequeña empresa se cobrara el 10% sobre la venta; si es mediana el 15% al dueño del negocio que está en venta, adicional a lo que se cobrara a quien esté interesado en la compra del mismo detallado a continuación:

Determinación del Costo por Asesoramiento para la Compra de un Negocio

Por el asesoramiento para la compra de un negocio se cobrara \$15000 que incluye un margen del 17% adicional a los costos mensuales. En la parte de la Valoración de Empresas este valor es solo una base adicional a eso se cobrara el 10% más si es una empresa pequeña y el 15% si es grande. Los rubros se encuentran detallados a continuación:

Tabla N° 14 Determinacion del Costo Asesoramiento Compra

	MONTO		%
Elaboracion de Documentos Legales	\$	3.000,00	20%
Memorando / Valoracion de Empresas	\$	6.000,00	40%
Analisis estado legal y financiero de la Empresa	\$	3.000,00	20%
Presentacion de la Empresa al Portafolio de Inversionistas	\$	3.000,00	20%
TOTAL		15.000,00	100%

Tomado de: Investigación
Elaborado por: Estefanía Puente

Tabla N° 15 Tabla de Costos

<i>Presupuesto</i>			
Campana Via Mailing	\$ 900,00	15000,00	100%
Capacitaciones	\$ 1.200,00	12470,00	83%
Salarios	\$ 10.370,00		
	Total	12470	Margen Asesoramiento 17%

Tomado de: Investigación
Elaborado por: Estefanía Puente

Es difícil estimar precios antes de brindar un servicio ya que no se puede saber cuánto trabajo y tiempo se requerirá pero si tomar en cuenta la cantidad de inversión y de ganancia que se desea obtener, es por eso que se realizará estimación de precio conjuntamente con un encargado financiero y la dirección de la empresa.

- **Políticas de Pago**

En lo que refiere a las políticas de pago se trabajara con un anticipo dependiendo de la compra o venta se manejan los siguientes valores:

Tabla N° 16 Políticas de Pago

	Compra del Negocio	Proceso
% Anticipo	60%	Firma Carta de Confidencialidad
Diferencia	40%	Negociacion Final
Venta del Negocio	100%	

	Venta del Negocio	Proceso
% Anticipo	10%	Entrega del informe de la Valoracion de la Empresa
Diferencia	90%	Negociacion Final
Venta del Negocio	100%	

Tomado de: Investigación
Elaborado por: Estefanía Puente

Como se muestra en la tabla se recibirá un anticipo del futuro comprador del negocio del 60% sobre los \$15000 del costo del asesoramiento que corresponde a \$9000 y el 40% restante en la firma del cierre del Negocio.

En el caso de realizar la venta del negocio después de la entrega del informe de la valoración y estimación del precio, se solicita al vendedor tomando en cuenta el informe con la valoración del

Negocio que sobre el 10% que Corpei Capital cobra por el Brokerage de Negocios se anticipe el 10% de dicho valor y el 90% del 10% se realizara al momento que la venta del negocio finalice.

Optimización de Empresas

En el caso de la Optimización de empresas los costos adicionales a los mencionados en el caso de que el cliente así lo requiera serán los siguientes:

Tabla N° 17 Determinación del Costo Optimización de Empresas

PROCESO	MONTO	%
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	3.000,00	50%
ANALISIS E INFORME DE MEJORAS Y ESTRATEGIAS	3.000,00	50%
TOTAL DE LA OFERTA	6.000,00	100%

Tomado de: Investigación
Elaborado por: Estefanía Puente

En este caso el pago será el 50% en la firma del mandato donde se establecerá el requerimiento adicional del cliente y el 50% restante a la entrega del informe.

○ **Cronograma de Actividades del servicio**

Tabla N° 18 Cronograma de Actividades del Servicio

ACTIVIDADES	Mes 1				Mes 2			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaborar el Mandato , acuerdo básico entre Cliente y Corpei Capital								
Eaboracion del Memorando y el Informe de la Valoracion de Empresas								
Busqueda y Selección de candidatos								
Negociacion Inicial: Carta de Confidencialidad y Carta de Intenciones								
Proceso Due Diligence: Analisis Legal y Financiero								
Negociacion Final: Elaboracion y Firma de Contrato								

Tomado de: Investigación
Elaborado por: Estefanía Puente

4. ESTUDIO DE MERCADO

“El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales. Por una parte se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios. (http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/proy_inv/estudio%20de%20mercado.pdf)

4.1. ESTUDIO DEL SECTOR

En el Estudio del Sector se tomara en cuenta las Pymes que es el mercado objetivo al cual se enfoca esta investigación.

Pymes:

“Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en el país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que se destacan las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Las PYMES en el país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.”
(<http://www.sri.gob.ec/de/32>)

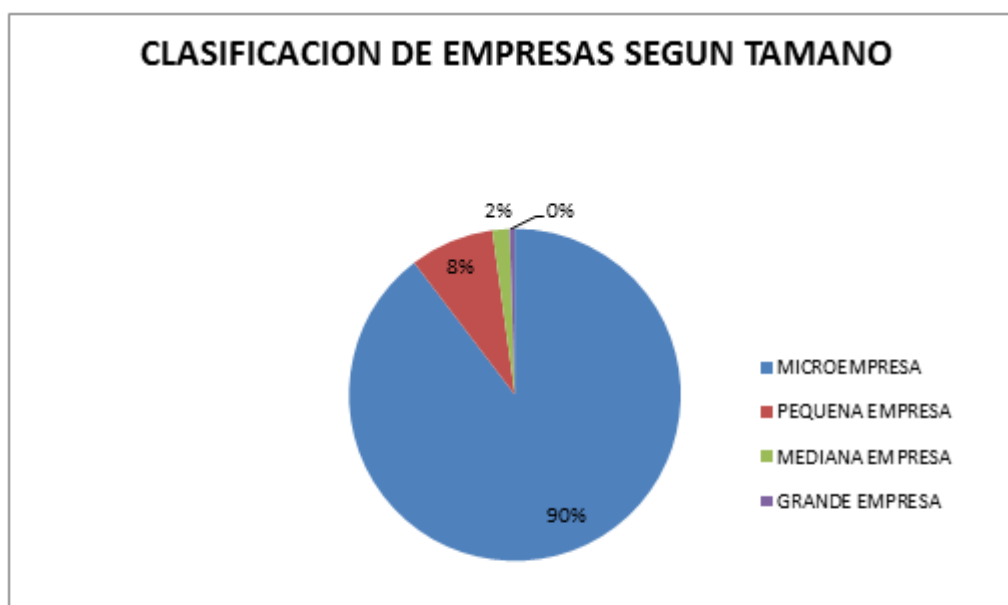
“Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo, y crecimiento económico.

De esta forma las Pymes se relacionan directamente con el desarrollo económico en todas las regiones del país. Al analizar los factores de crecimiento económico se identifican como responsables a las grandes empresas, en realidad los resultados indican que el crecimiento depende en buena medida del desempeño de sus Pymes.

De acuerdo a los datos tomados del INEC las pequeñas y medianas empresas tienen un aporte significativo; según el último Censo Nacional Económico. Esta tendencia

es importante tomar en cuenta ya que muestra la importancia que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas a la hora de contribuir al proceso de consolidación del sistema productivo nacional. En el siguiente gráfico se muestra que las Microempresas representan el 89.6%, seguida por la Pequeñas empresas que representan el 8.2%. (<http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/523.pdf>)

Gráfico N° 14 Clasificación Empresas por Tamaño



TAMANO DE EMPRESAS	NRO.EMPRESAS	PORCENTAJE
MICROEMPRESA	631430	89,6%
PEQUENA EMPRESA	57772	8,2%
MEDIANA EMPRESA	11797	1,7%
GRANDE EMPRESA	3557	0,5%
TOTAL	704556	100%

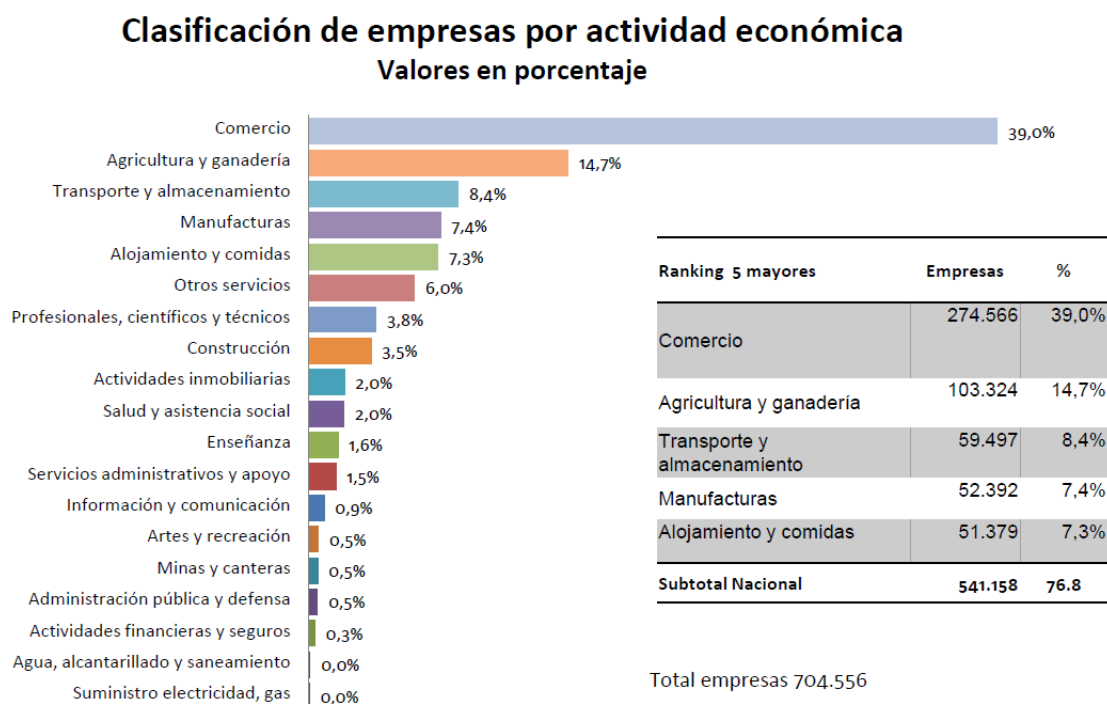
Tomado de: INEC

Elaborado por: Estefanía Puente

Cuando se analiza la orientación productiva del sector empresarial ecuatoriano la microempresa es el grupo de empresas que más prevalece de acuerdo al número de establecimientos, es el sector comercial el que muestra un mayor predominio de

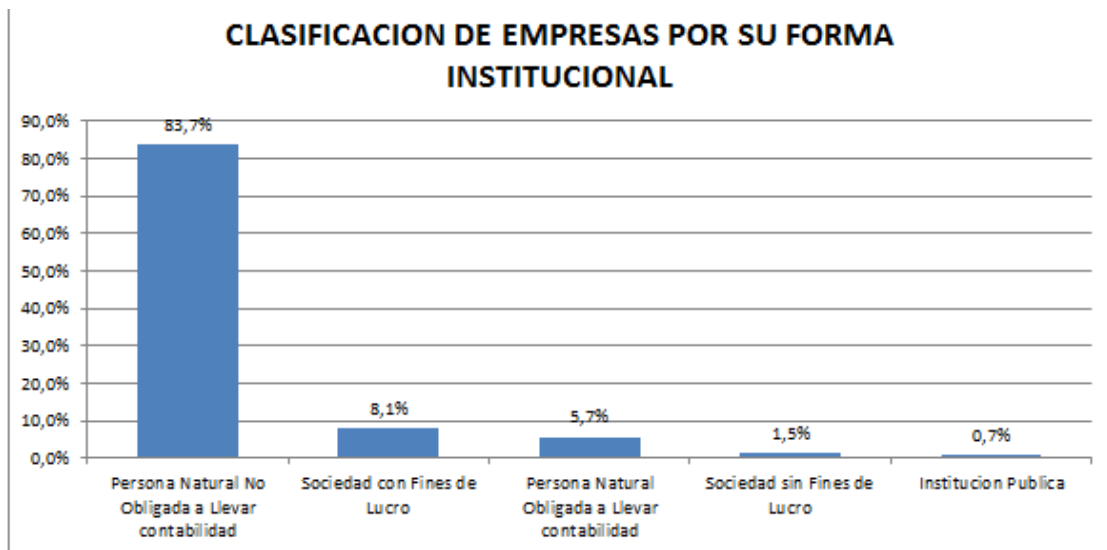
microempresas están dedicadas a actividades relacionadas a la compra y venta de bienes.

Gráfico N° 15 Clasificación de Empresas por su Actividad Económica



Tomado de: INEC
Elaborado por: Ecuador en Cifras

El Ecuador es un país de acuerdo al número de establecimientos, principalmente Pymes cuyas actividades económicas están concentradas en el comercio y luego en los servicios, se puede observar que son las que crean una mayor oferta de puestos de trabajo formales y permanentes; ya que entre más valor se agrega a la producción de un bien, mayores son las demandas de materias primas y otros materiales y, principalmente, de mano de obra.

Gráfico N° 16 Clasificación de Empresas por su Forma Institucional

RANKING 5 MAYORES	NRO.EMPRESAS	PORCENTAJE
Persona Natural No Obligada a Llevar contabilidad	589462	83,7%
Sociedad con Fines de Lucro	57146	8,1%
Persona Natural Obligada a Llevar contabilidad	40028	5,7%
Sociedad sin Fines de Lucro	10728	1,5%
Institucion Publica	4712	0,7%
Economia Popular y Solidaria	2209	0,3%
Empresa Publica	271	0,0%
TOTAL	704556	100%

Tomado de: Ecuador en Cifras
Elaborado por: Estefanía Puente

4.2. ESTRUCTURA DE MERCADO

“Los mercados, en función de la cantidad de oferentes y demandantes, adoptan diversos formatos a los cuales se denominan ESTRUCTURAS DE MERCADO.

Dichas estructuras se presentan a continuación:

- **Competencia Perfecta**

Un mercado perfectamente competitivo, cuenta con muchos oferentes y demandantes. Las empresas venden un producto estandarizado (homogéneo). Es decir que los productos que venden las diferentes empresas son sustitutos perfectos. Consideran el precio de mercado como dado, no pudiendo influir sobre él, además puede conseguir los factores de producción que necesite y deshacerse de ellos si la rentabilidad no es la esperada. Se lo conoce como libertad de entrada y salida del mercado.

- **Monopolio**

Es una estructura de mercado en la que el único vendedor de un producto que no tiene sustitutos cercanos abastece a todo el mercado. El monopolista controla significativamente el precio que compra.

- **Oligopolio**

El oligopolio se refiere a una industria en la cual hay unos pocos vendedores importantes, que generan toda o casi toda la producción. Generalmente implica entre los competidores, es decir acuerdos para maximizar sus beneficios.”
(<http://www.vet.unicen.edu.ar/html/Areas/Economia%20y%20Admin%20Rural/Material/Nuevo/Doc%208%20Estructuras%20de%20Mercado.pdf>)

4.3. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

4.3.1. Características del servicio

El Broker de Negocios actúa como intermediario entre Compradores y Vendedores de negocios.

El Brokerage de Negocios asiste a propietarios de empresas en preparar su negocio para la venta, muestra los negocios que tiene en cartera, ubica negocios que puedan estar a la venta, prepara y entrega todos los documentos necesarios para cerrar el trato, y asistir en el cierre de la venta.

4.3.2. Clasificación

4.3.2.1. Brokerage de Negocios online

Corpei Capital con el Brokerage de Negocios va a desarrollar una herramienta que le permita estar en vanguardia a lo que los clientes necesitan.

Con el auge y desarrollo tecnológico, se diseñará una herramienta tecnológica que permitirá a quien esté interesado en adquirir un negocio buscarlo en línea, delimitando la industria del negocio, ubicación, costos, etc.

Para las personas que estén interesadas en publicar sus negocios a la venta habrá un enlace que los llevara a un mail para dirigirse a un Asesor de Corpei Capital quien agendará una reunión con el cliente para seguir el proceso correspondiente y hacer la publicación en caso de que el cliente así lo requiera y a su vez será expuesto a la red de contactos inversionistas de Corpei Capital.

El siguiente proceso es la elaboración y firma del contrato de mandato que recoja las siguientes consideraciones: definición de los servicios a prestar, obligaciones del Corpei Capital y también del cliente, metodología (principios de exclusividad, confidencialidad), equipo de trabajo, honorarios y calendario tentativo.

El mandato compromete a Corpei Capital a definir los servicios que debe prestar y las obligaciones que asume para continuar con su operación de compra o venta.

4.3.2.2. Brokerage de Negocios /Optimización de Empresas

Corpei Capital con la evaluación de empresas determinará el valor real de un negocio. La necesidad de valorar las empresas es cada día más necesaria debido fundamentalmente a los cambios y evoluciones de los últimos años, como son los cambios en el ámbito tecnológico y de vanguardia que actualmente están implementadas en las

empresas, cambios en el mercado mismos que pueden influenciar a los empresarios a vender o a comprar negocios para lo cual es fundamental mantener al día el conocimiento de cuanto realmente está valorada la empresa.

La valoración de empresas es el proceso en el cual se busca la cuantificación de los elementos que constituyen el patrimonio de una empresa, su actividad, su potencialidad, know how, clientes/proveedores, alianzas estratégicas o cualquier otra característica de la misma susceptible de ser valorada.

4.3.3. Servicios sustitutos / suplementarios

4.3.3.1. Sustitutos

“Un bien o servicio sustituto es aquel que satisface de la misma forma una necesidad que alguien más ya satisface en el mercado. O que genera el mismo impacto y resultado que en servicio ya existente.”
(<http://rossenterprisemexico.blogspot.com/2012/09/sustitutos-o-complementos-de-tu.html>)

Para Corpei Capital ha sido fundamental analizar a los competidores indirectos y tomarlos en cuenta al momento de implementar el nuevo servicio. Debido a que en base a estos se desarrolla un nuevo servicio para mejorar y superar las características de un sustituto. Un sustituto se enfoca a satisfacer la necesidad específica del mercado meta.

Tomando en cuenta los servicios financieros no convencionales que Corpei Capital ofrece, los posibles competidores con servicios sustitutos o similares son las entidades Financieras/ Bancos que ofrecen Factoring. Destacando que Corpei Capital al hacer el análisis del cliente y su negocio no pide garantías reales. La única garantía es su negocio, la estabilidad y los clientes del mismo.

4.3.3.2. Complementarios

“Estos servicios son oportunidades más que amenazas ya que le dan al servicio un complemento y le dan un valor agregado al servicio existente.” (<http://rossenterprisemexico.blogspot.com/2012/09/sustitutos-o-complementos-de-tu.html>)

Uno de los servicios complementarios es la CFN y debido a que Corpei no financia sino impulsa negocios y además no está enfocado a emprendedores sino empresas ya en funcionamiento mínimo 2 años. Corpei Capital no da créditos ni financiamiento sino actúa como inversionista.

Todo servicio o producto tiene servicios sustitutos y complementarios. Es importante identificarlos, neutralizar amenazas y aprovechar las oportunidades.

4.4. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

La investigación de mercado es un proceso que busca recopilar información que ayudará a direccionar la toma de decisiones acertadas para la empresa. Se toma la investigación de mercados para conocer a los posibles consumidores del nuevo servicio adaptando sus necesidades y para encontrar las falencias de la empresa a vista del consumidor, para mejorar las condiciones de Corpei Capital frente al mercado objetivo.

4.4.1. Objetivos de la investigación de mercado

Determinar cuál es la demanda del servicio que se ofrece, considerando que al ser factible debe ser atendida de acuerdo a las necesidades del cliente al momento de entrar en operaciones.

4.4.2. Segmentación del mercado

Por medio de la segmentación se divide al mercado en un grupo más pequeño que tenga características y necesidades semejantes, para focalizar el servicio a los futuros clientes potenciales a los que está orientado este nuevo servicio.

Corpei Capital realizará una segmentación tomando en cuenta la siguiente variable:

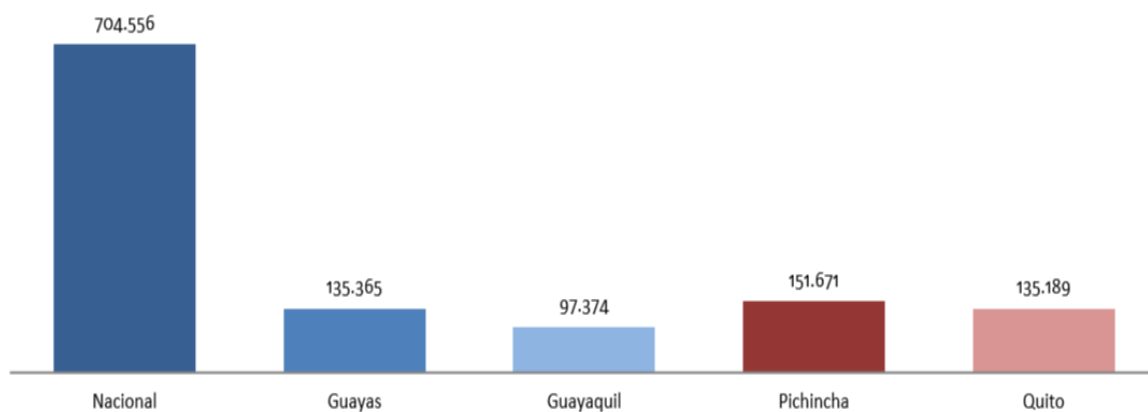
4.4.2.1. Variable Geográfica

Habitantes Ecuador: 15'668.202

Empresas en el Ecuador: 704.556

Gráfico N° 17 Numero de Empresas En Guayaquil y Pichincha

Número de empresas en Guayas – Guayaquil - Pichincha y Quito, año 2012.



Provincia	No. De empresas	%
Nacional	704.556	100%
Guayas	135.365	19%
Guayaquil	97.374	14%
Pichincha	151.671	22%
Quito	135.189	19%

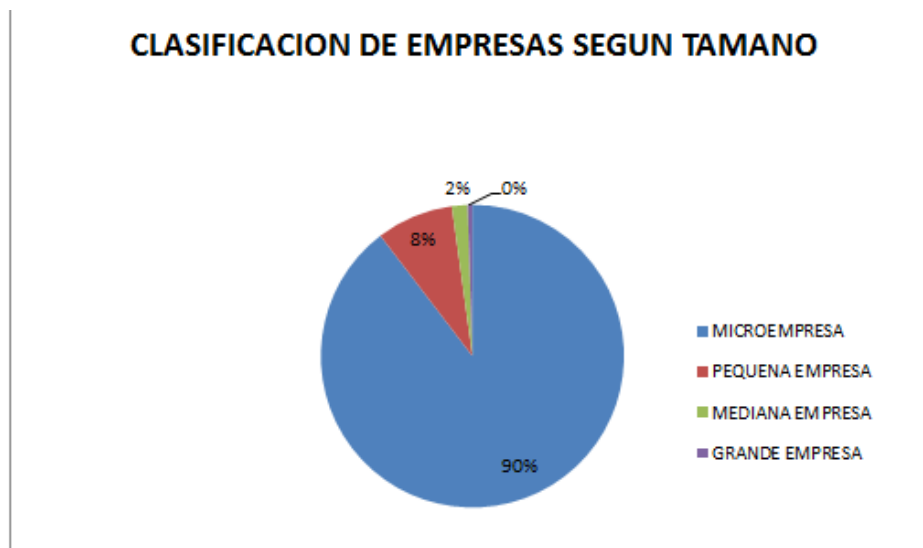
Tomado de: Ecuador en Cifras

Elaborado por: INEC

Empresas en:

Quito: 135.189 empresas, representa el 19% a nivel nacional

Guayaquil: 97.374 empresas, representa el 14% a nivel nacional

Gráfico N° 18 Clasificación de Empresa según su Tamaño

TAMANO DE EMPRESAS	NRO.EMPRESAS	PORCENTAJE
MICROEMPRESA	631430	89,6%
PEQUENA EMPRESA	57772	8,2%
MEDIANA EMPRESA	11797	1,7%
GRANDE EMPRESA	3557	0,5%
TOTAL	704556	100%

Tomado de: INEC

Elaborado por: Estefanía Puente

Para la implementación del Brokerage de Negocios el mercado al cual se enfocara Corpei Capital son las pequeñas y medianas empresas que representan el 8.2% y el 1.7% respectivamente.

4.4.3. Tamaño de la Muestra

La muestra es la parte representativa de la población a estudiar; es decir es el grupo de personas que realmente se va a estudiar. Para lo cual es necesario realizar una correcta segmentación de mercado.

En esta investigación se ha determinado el método probabilístico de distribución normal con población finita con un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5%.

Se procede a calcular la muestra, para lo cual se hará uso de la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población que en este caso son 69569 empresas

Z = Nivel de confianza es del 95%, su valor se toma relación al 95% que equivale al 1.96.

e = Error permitido es del 5%

σ = Desviación estándar de la población, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse el 0.5.

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5)^2 * 69569}{(0.05)^2 * (69568) + (1.96)^2 * (0.5)^2}$$

$$n = \frac{(3.841) * (0.25) * 69569}{(173.92) + (0.96)}$$

$$n = \frac{66814.06}{174.88}$$

$$n = 382 \text{ Encuestas}$$

Tomado de: Investigación
Elaborado por: Estefanía Puente

La muestra es de 382 pequeñas y medianas empresas a quienes se les aplicará la encuesta.

4.4.4. Entrevistas a Directores del área y Clientes

Las entrevistas permiten una comunicación interpersonal ya que se obtiene una información más completa con respuestas verbales a los interrogantes planteados.

Se aplicará al Director, Especialistas y Analistas con un enfoque a lo que es Corpei Capital las funciones que cumple la empresa y lo que ofrece a los clientes. Además se realizará entrevistas a empresas que han sido clientes de

Corpei Capital mismos que podrán dar una información de su experiencia con la empresa.

Se realizarán 10 entrevistas distribuidas; 6 entrevistas dirigidas a los funcionarios de Corpei Capital y 4 entrevistas a empresas clientes que mantienen una relación comercial con Corpei Capital.

Se empleó dos entrevistas similares; mismas que se adjuntan en el Anexo 5 y Anexo 6 respectivamente.

4.4.4.1. Objetivos de las Entrevistas

4.4.4.1.1. Objetivos Entrevistas a Empresas

- Identificar el nivel de conocimiento que tienen las empresas sobre el giro de negocio de Corpei Capital.
- Determinar cuáles son los servicios más demandados a Corpei Capital.
- Implementar un nuevo servicio que esté a fin con las actividades de Corpei Capital.

- Determinar la necesidad de la implementación del nuevo servicio.
- Conocer las necesidades del futuro cliente.

El modelo de la Entrevista está en el Anexo 5

4.4.4.1.2. Objetivos Entrevistas a Empleados de Corpei Capital

- Identificar el nivel de conocimiento que tienen los trabajadores sobre el giro de negocio de Corpei Capital.
- Determinar cuáles son las deficiencias que tienen los empleados en cuanto al conocimiento de su trabajo y de la empresa.
- Implementar capacitaciones de acuerdo al área de trabajo de los empleados.
- Determinar el grado de satisfacción laboral de los empleados.

El modelo de la Entrevista está en el Anexo 6

4.4.4.2. Cuadros de Tabulación

4.4.4.2.1. Entrevista a Empresas

Tabla N° 19 Entrevistas a Empresas

EMPRESA	NOMBRE DEL ENTREVISTADO	CARGO	Qué es para usted Corpei Capital	Servicios de Corpei Capital requeridos	Conoce sobre el Brokerage de Negocios	Sabe sobre alguien asesore para la compra venta de	Conoce algún empresario o que se encuentre interesado en vender	Cuáles cree que son las fortalezas y debilidades de Corpei Capital		Cómo evalúa los servicios de Corpei Capital	Cómo evalúa a los funcionarios y el trato que	Cree usted que Corpei Capital tiene un buen	Qué mejoras recomienda para ser un cliente completamente
								FORTALEZAS	DEBILIDADES				
WATER PROJECTS	PAUL REDOVAN	GERENTE GENERAL	INSTITUCION FINANCIERA	FACTORING	SI	NO	SI	CAPITAL DE TRABAJO	IMPUNTUAL	BUENOS	BUENO	NO	MEJORAR SERVICIO AL CLIENTE
OYEMPAQUES	URINA ZALDUMBIDE	GERENTE GENERAL	LIQUIDEZ INMEDIATA	FACTORING	NO	NO	NO	EXPERIENCIA	NADA	UTILES	MUY BUENO	SI	EFICIENCIA
ZAPHIR TRADE	GABRIEL CRESPO	GERENTE GENERAL	FACILITADOR PYMES	FACTORING	SI	NO	SI	VISION DE MERCADO	FALTA DE PUBLICIDAD	RAPIDOS	BUENO	NO	TRABAJO DE EQUIPO
LLANTERA OSO	JOSE OLEAS	GERENTE GENERAL	INVERSIONISTA	JOINT VENTURE	SI	NO	NO	PROCESOS	PROMOCION	ACCESIBLE	BUENO	NO	SERVICIO AL CLIENTE

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

4.4.4.2. Entrevistas a Empleados

Tabla N° 20 Entrevistas a Trabajadores

NOMBRE DEL ENTREVISTADO	CARGO	Anos que trabaja en Corpei	Conoce todos los servicios de Corpei Capital	Conoce el objetivo de Corpei Capital	Maneja bien la pag.Web, sabe como encontrar la informacion	Conoce y ejecuta bien los procesos del manejo de inf.en la prestacion de un servicio	Cumple con los tiempos establecidos para la entrega de su trabajo	En una palabra como describe su ambiente de trabajo	Cree que la ubicación de las oficinas de Gye y Uio de Corpei son adecuadas para el desarrollo de sus servicios	Cree que Corpei Capital tiene buen posicionamiento en el mercado	Considera que se deberian dar constantes capacitaciones enfocadas al servicio al cliente
Maria Fernanda Alava	Analista Administrativa	4	NO	SI	NO	SI	NO	Dependencia	SI	NO	SI, cada trimestre de evaluacion
Maria Fernanda Armijos	Analista Administrativa	5	SI	SI	SI	SI	SI	Companerismo	SI, me parece estrategica su ubicación en las 2 ciudades	SI	SI al menos 1 al ano
Nadya Zambrano	Asistente de Inversiones	4	NO	No de memoria	SI	SI	Se trata, pero el envio de informacion a Gye y su gestion demora los procesos	Respeto	SI	Con los que ya han trabajado con nosotros si por fuera no	Efectivamente deberian darse capacitaciones en serv. al cliente y actualiza necesarias de acuerdo a los cargos
Jacobo Bailon	Asistente de Inversiones	2	NO	NO	Solo para lo que me compete	SI	NO	Confianza	SI	NO	SI
Jorge Calderon	Especialista Inversiones	8	SI	SI	SI	SI	Se trata de cumplir el cronograma pero cuando estamos fuera de tiempo se comunica	Comprometido	SI, porque esta en la zona financiera	NO	SI, deberia estar considerado en el presupuesto para hacer 2 al ano por lo menos
Erwin Pazmino	Especialista Inversiones	3	SI	SI	SI	SI	SI	Acogedor	Definitivamente	NO	SI

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

4.4.4.3. Estrategias Entrevistas

En base a los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a las empresas que han utilizado los servicios de Corpei Capital en los

últimos años se ha determinado algunas estrategias las cuales ayudarán a cumplir los objetivos planteados antes detallados.

4.4.4.3.1. Estrategia de Posicionamiento

En base a las respuestas de los clientes se puede determinar una falencia en lo que tiene que ver al posicionamiento que tienen los servicios de Corpei Capital en la mente del consumidor, dicho posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor respecto a Corpei y respecto a la competencia.

Es importante potencializar la imagen de Corpei Capital con los servicios que en la actualidad brinda a las Pymes y que los clientes sepan distinguir a Corpei Capital no como una institución financiera sino como un promotor de negocios con el objetivo de acelerarlos desde una óptica financiera no convencional para lo cual se hará:

- Uso de las alianzas estratégicas con las que Corpei Capital cuenta como son la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI) y la Cámara de la Pequeña Industria de Guayaquil (CAPIG) con quienes se hará un foro para sus miembros explicando a detalle de

los servicios y como aplicarían a cada una de las diferentes industrias. Con esto se busca afianzar la relación con los miembros de las alianzas estratégicas para que hagan uso de los servicios, tengan un concepto claro de Corpei Capital, los servicios que ofrece y el giro de negocio en sí.

- Uso de las Redes Sociales para difusión y posicionamiento tomando en cuenta que Corpei Capital cuenta con estas pero no existe un manejo adecuado. Es necesario mantener información actualizada y una persona que maneje estos sitios y puedan responder a las inquietudes que puedan surgir de los seguidores en las redes de manera inmediata. Es importante mejorar este aspecto ya que dichas redes cuentan con una gran afluencia de visitas y es fundamental mejorar el uso de las mismas.

Corpei Capital cuenta con un canal en Youtube en el que tiene 6 suscripciones y 44 visualizaciones. Para esto se propone promocionar más el video adjuntando el link a los servicios en las redes de Facebook y en la campaña que se hará de Mailing debido a que el video es bastante claro se evita que el mail sea muy largo.

Fotografía N° 5



Tomado de: Redes Sociales Corpei

En lo que tiene que ver con las redes sociales institucionales como Twitter y Facebook todavía se siente la falta de seguimiento e interés que se dan a estas redes ya que se cuenta con ellos pero no se los aprovecha de la mejor manera.

Al ser activos en dichas redes se tiene la posibilidad de mejorar la imagen de Corpei Capital, tener mayor acercamiento con los usuarios, saber que opinan y que inquietudes tienen sobre Corpei Capital.

Por este motivo es importante incluir a dichas redes dentro de la estrategia de posicionamiento para lo cual es importante a la hora de escribir publicar comentarios útiles, que además tengan que ver con los servicios que Corpei Capital ofrece y el que desea implementar.

Se elegirá un hashtag relacionado con Corpei Capital, es una etiqueta que se incluye en los comentarios, está compuesta del signo de número # seguido de la palabra o mensaje que se quiera etiquetar, éste debe ser sencillo y fácil de recordar.

Las alianzas estratégicas también en las cuentas de Twitter y Facebook ayudarán a promover los servicios que Corpei Capital ofrece y los talleres y conferencias que se brindan.

Fotografía N° 6



Tomado de: Redes Sociales Corpei Capital

Fotografía N° 7



Tomado de: Redes Sociales Corpei Capital

Fotografía N° 8



CORPEI @Corpei - 11 de jun.

CORPEI CAPITAL dictó ayer el taller "Financiamiento Ideal para Impulsar tu Negocio", organizado por @lacapig



← ↻ 1 ★ 1 ...

[Abrir](#)

Tomado de: Redes Sociales Corpei Capital

Fotografía N° 9



CAPIG @lacapig - 14 de mar. de 2013

Taller: Solución efectiva a la iliquidez en el Negocio. Expone: @CorpeiCapital

Fecha: 20 Mar. 2013 Hora: 18h00

Objetivo:

Darle al empresario una alternativa de financiamiento a través de sus propios activos corrientes logrando mejorar el flujo de caja en su negocio.

Rob zells. auto. rto	12,12	40,62
Rob zells. property	65,25	11,92
Rob zells. software	3,25	64,95
Rob zells. telecom	26,14	14,60

Fecha: Miércoles 20 de marzo de 2013
Hora: 18h00
Lugar: Guayaquil, sala de sesiones de la Capig

← ↻ 1 ★ 1 ...

[Abrir](#)

Tomado de: Redes Sociales Corpei Capital

Fotografía N° 10



Tomado de: Redes Sociales Corpei Capital

4.4.5. Diseño de la Encuesta

Para la implementación del nuevo servicio es muy importante realizar una investigación de campo usando como un instrumento la encuesta, ya que es fundamental para la recolección de información primaria.

Está conformada por preguntas que son dirigidas a la muestra ya identificada en la segmentación con el fin de conocer las opiniones empresariales que son de gran utilidad para el desarrollo del problema propuesto.

El modelo de Encuesta se encuentra adjunta en el Anexo 7.

4.4.6. Metodología de la Investigación de campo

Para esta investigación, se toman en cuenta fuentes primarias y secundarias para obtener información suficiente.

4.4.6.1. Fuentes Primarias

Provee un testimonio o evidencia directa sobre el tema de investigación, en este caso se hará entrevistas a los altos mandos de Corpei Capital con las cuales se podrán obtener la información correspondiente de acuerdo a cada servicio y las funciones exactas que cumplen en la empresa y lo que se ofrece a los clientes.

Se recopilarán directamente de los elementos muestrales, es decir las fuentes primarias son datos de primera mano que cumplen con el propósito de la investigación.

4.4.6.2. Fuentes Secundarias

El desarrollo e implementación del Brokerage de Negocios como ampliación de la línea de servicios que ofrece Corpei Capital tendrá

respaldo en documentos escritos como folletos y también de sistema electrónico como será página web de la empresa, intranet.

4.5. ANALISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

4.5.1. Comportamiento Histórico de la Demanda

La ampliación de la línea de Negocios de Corpei Capital se realiza debido a que actualmente en Ecuador no se ofrece en el mercado un medio para los que aspiran a vender su empresa y los que estarían interesados en adquirirlas. A muchos empresarios se les dificulta al momento de querer vender sus compañías, ya sea, por falta de experiencia, de recursos humanos o de tiempo.

Existen varias razones por las cuales existen empresas que están a la venta tanto en empresas familiares, por sucesión de dueños, conflictos entre accionistas entre otros. Esto hace al empresario tener poderosas razones para vender su empresa. Se encuentra desarrollado en el Capítulo 2, literal 2.2.1.1 al 2.2.1.3

4.5.2. Comportamiento Histórico de la Oferta

Actualmente el Brokerage de Negocios no tiene una competencia establecida formal y legalmente, sino más bien gente que con la administración del Internet se encuentra en la búsqueda de un Negocio en el

cual invertir su dinero y en otros casos en la búsqueda de compradores para sus empresas que por diferentes motivos están dispuestos a vender.

Debido a la falta de atención al sector, se desea implementar el Brokerage de Negocios como un nuevo servicio de Corpei Capital para asistir y asesorar a Pymes que deseen realizar un proceso de compra-venta de empresas. Lo cual le generará una rentabilidad e incrementará su prestigio con servicios diferentes y de calidad. Corpei Capital establecerá estrategias que le permitan la introducción y posicionamiento de este nuevo servicio en el mercado al que se enfoca.

El Brokerage de Negocios busca dar un asesoramiento integral, donde no solamente se pueda comprar o vender una empresa; sino también donde se pueda asesorar al empresario para optimizar su negocio y así obtener un mejor precio por el mismo. Se encuentra desarrollado en el Capítulo 2, literal 2.2.1.4

4.5.3. Aplicación de Encuestas

Para aplicar las encuestas se tomó en cuenta una muestra representativa calculada en este capítulo, la muestra es de 382 empresas tomando en cuenta que el mercado al que se enfocara es a las medianas y pequeñas empresas. Estas empresas fueron tomadas de la base de datos de la Capeipi y Corpei aleatoriamente, posteriormente se coordinó con los respectivos representantes la visita para aplicar las encuestas.

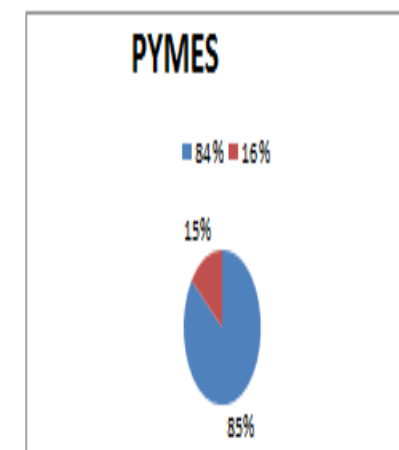
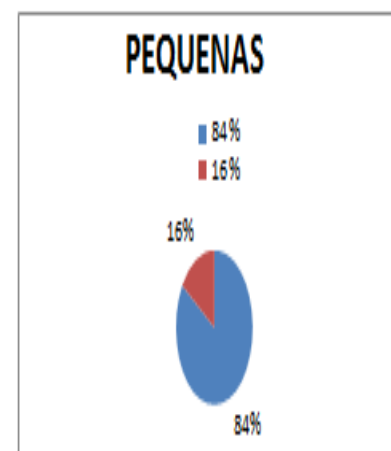
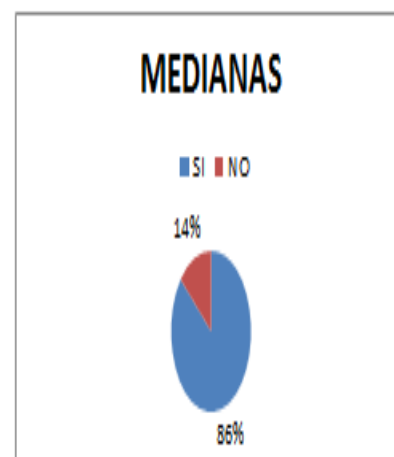
4.5.4. Tabulación de Datos

Para la interpretación de los datos, se realizarán tabulaciones sencillas que consiste en resumir en gráficos todas las observaciones de las encuestas de opinión realizadas a una muestra representativa del mercado al que se está enfocando (pymes).

La tabulación de las encuestas aplicadas generan la siguiente información:

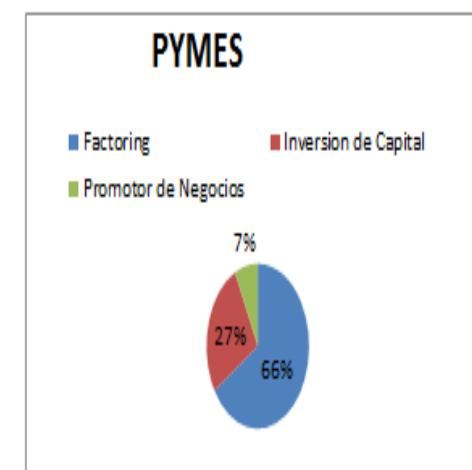
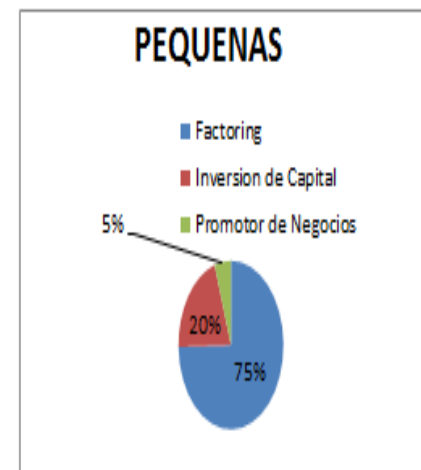
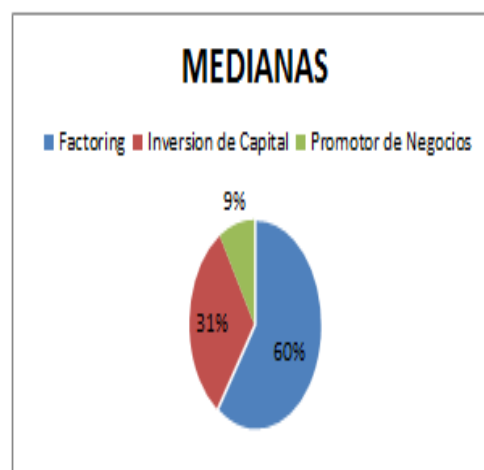
¿Conoce usted sobre los servicios financieros que
1 Corpei Capital Ofrece?

	Medianas		Pequeñas		TOTAL	
SI	86%	193	84%	133	85%	326
NO	14%	31	16%	25	15%	56
	100%	224	100%	158	100%	382



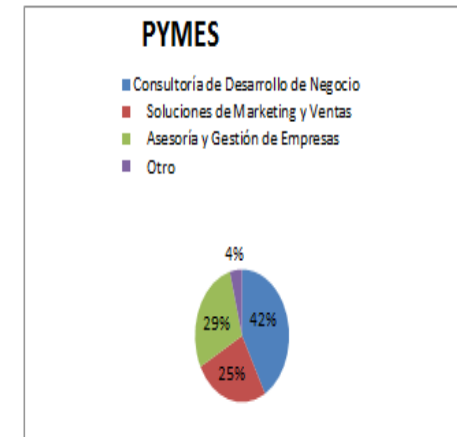
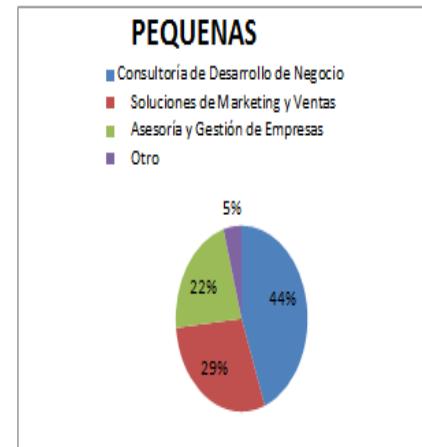
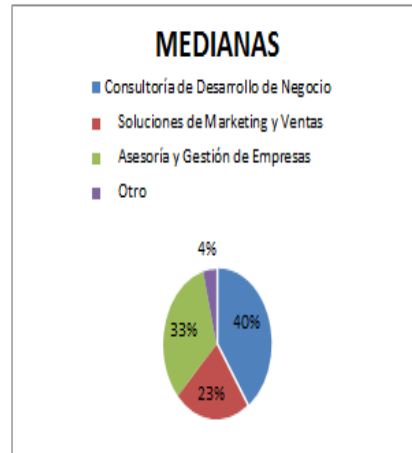
2 ¿Cuáles son los servicios que ha requerido?

	Medianas		Pequeñas		TOTAL	
Factoring	35%	134	31%	118	66%	252
Inversion de Capital	18%	70	8%	32	27%	102
Promotor de Negocios	5%	20	2%	8	7%	28
	100%	224	100%	158	100%	382

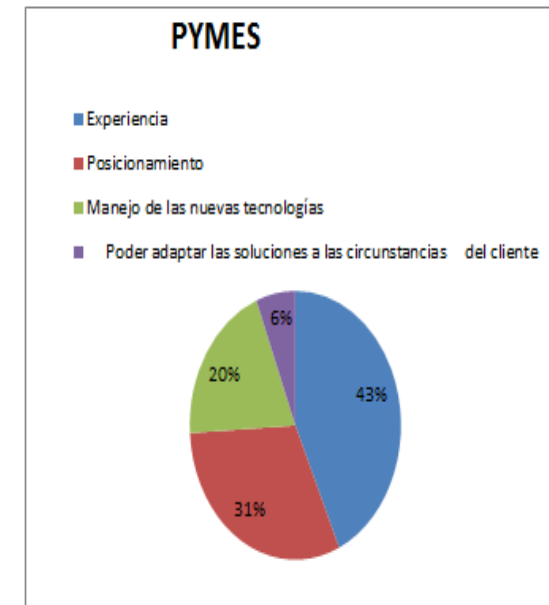
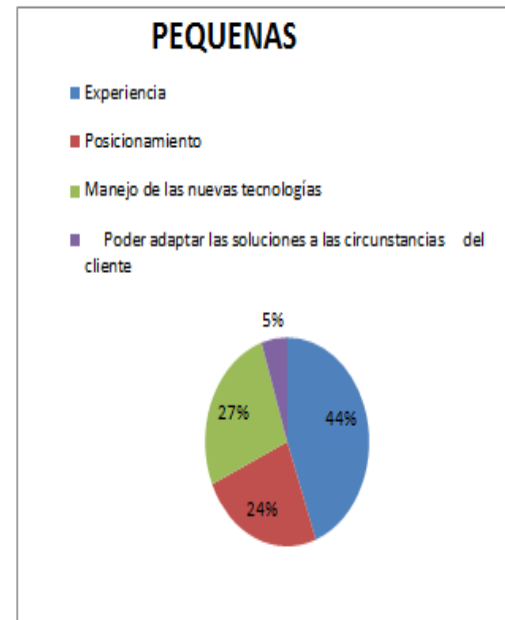
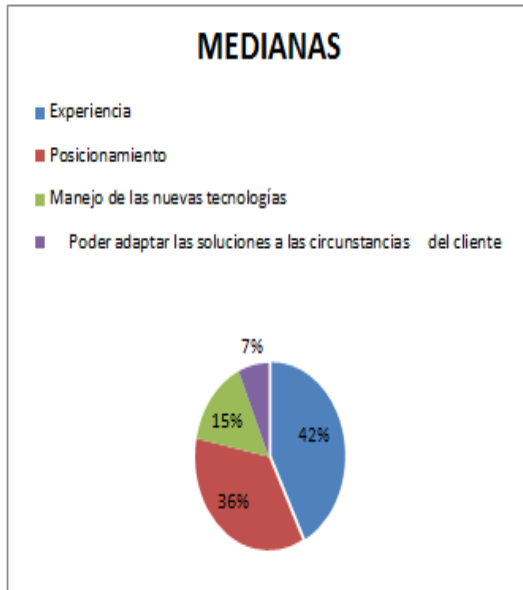


3 ¿En que estaría interesado, si contrata el asesoramiento para la optimización de su empresa?

	Medianas		Pequeñas		TOTAL	
Consultoría de Desarrollo de Negocio	40%	90	44%	70	42%	160
Soluciones de Marketing y Ventas	23%	51	29%	46	25%	97
Asesoría y Gestión de Empresas	33%	74	22%	35	29%	109
Otro	4%	9	4%	7	4%	16
	100%	224	100%	158	100%	382

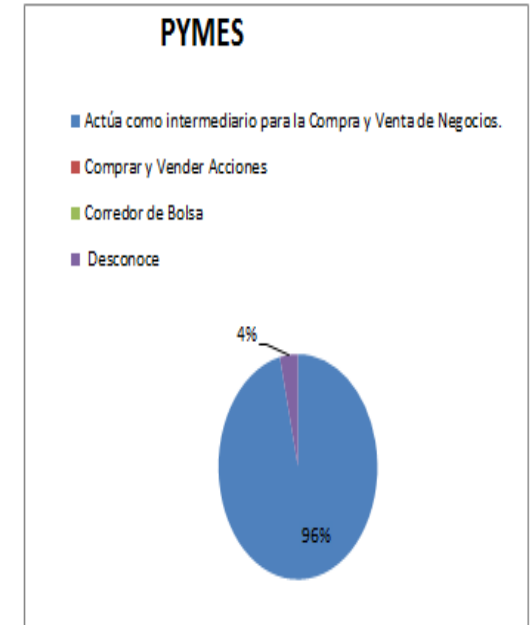
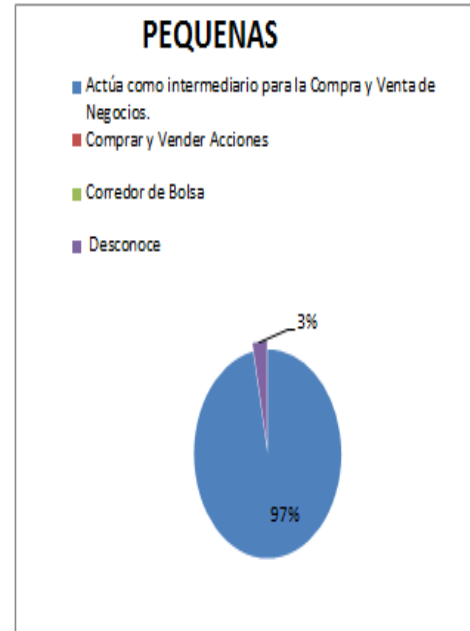
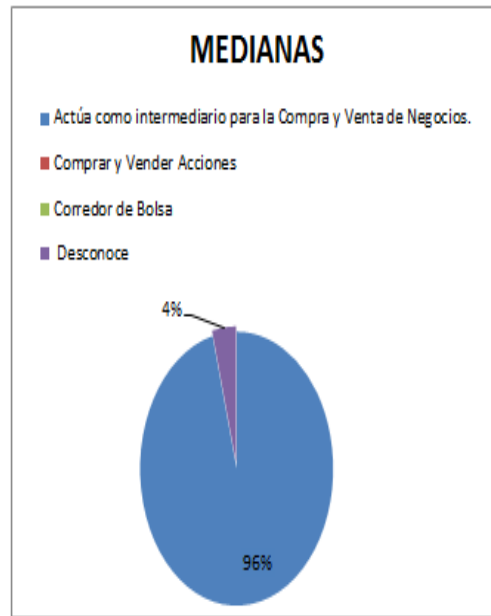


4 ¿Qué aspectos considera importantes del Asesor?	Medianas		Pequeñas		TOTAL	
Experiencia	42%	95	44%	70	43%	165
Posicionamiento	36%	80	24%	38	31%	118
Manejo de las nuevas tecnologías	15%	34	27%	42	20%	76
Poder adaptar las soluciones a las circunstancias del cliente	7%	15	5%	8	6%	23
	100%	224	100%	158	100%	382



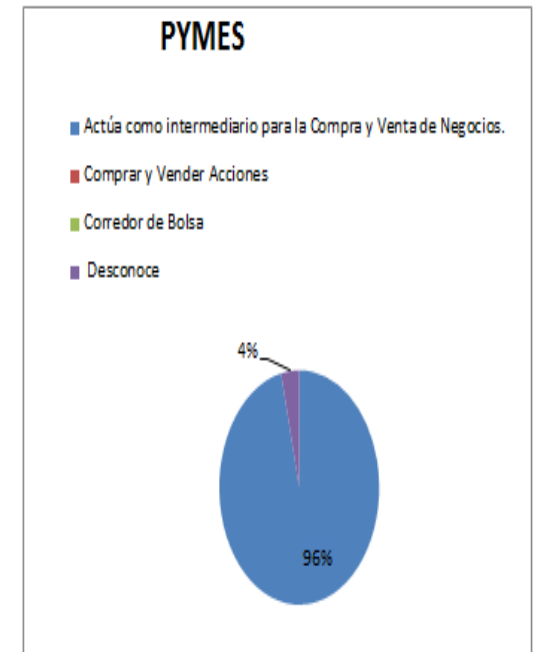
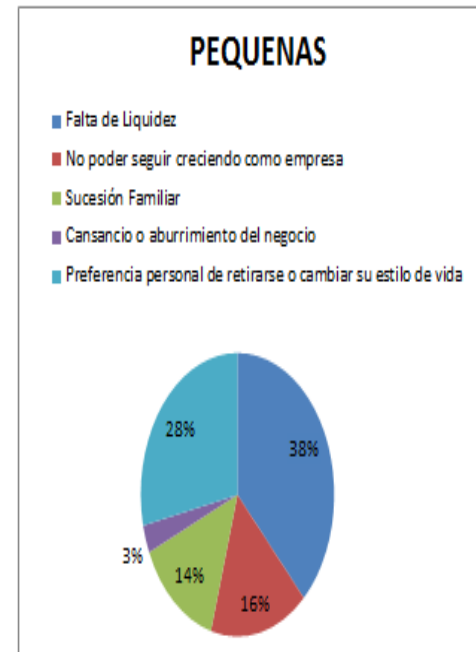
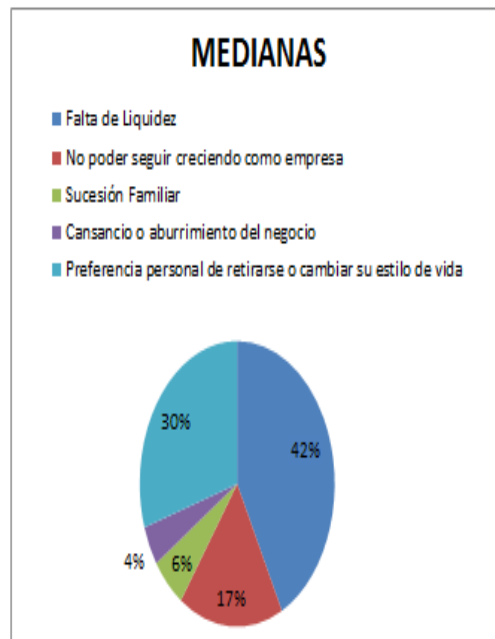
5 ¿Sabe que es el Brokerage de Negocios?

	Medianas		Pequeñas		TOTAL	
Actúa como intermediario para la Compra y Venta de Negocios.	96%	215	97%	153	96%	368
Comprar y Vender Acciones	0%	0	0%	0	0%	0
Corredor de Bolsa	0%	0	0%	0	0%	0
Desconoce	4%	9	3%	5	4%	14
	100%	224	100%	158	100%	382



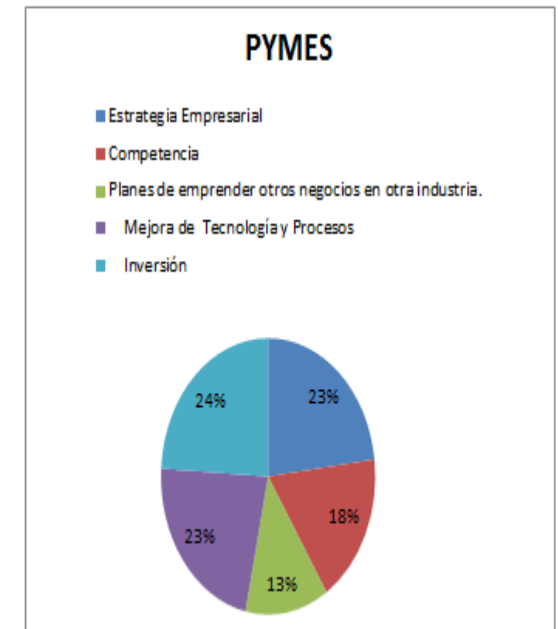
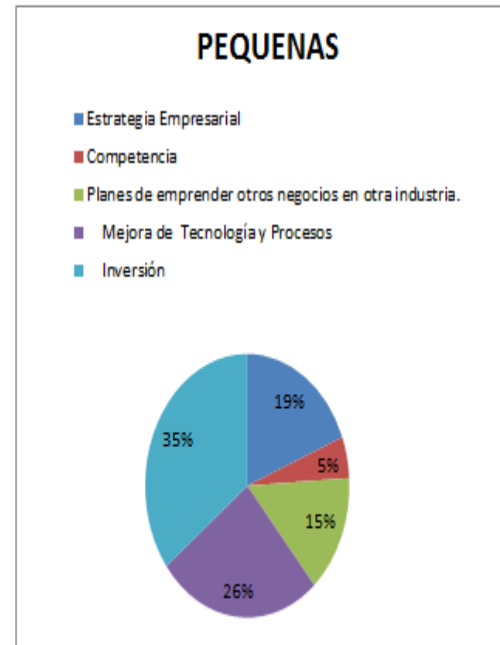
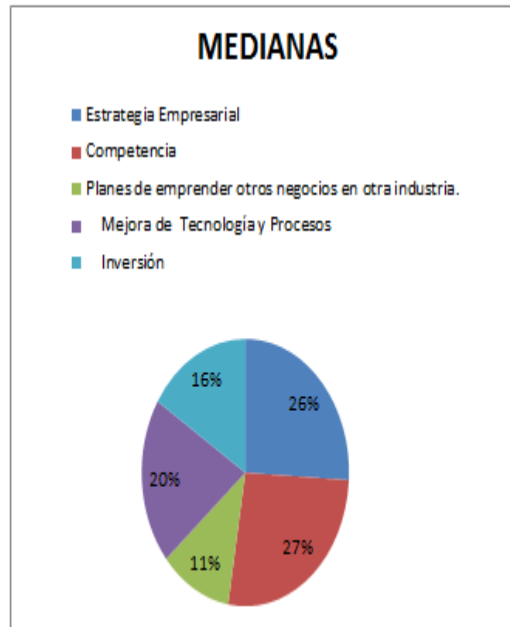
7

6 ¿Por qué razón estaría interesado en la venta de su negocio?	Medianas		Pequeñas		TOTAL	
	%	N	%	N	%	N
Falta de Liquidez	42%	95	38%	60	41%	155
No poder seguir creciendo como empresa	17%	39	16%	26	17%	65
Sucesión Familiar	6%	13	14%	22	9%	35
Cansancio o aburrimiento del negocio	4%	10	3%	5	4%	15
Preferencia personal de retirarse o cambiar su estilo de vida	30%	67	28%	45	29%	112
	100%	224	100%	158	100%	382



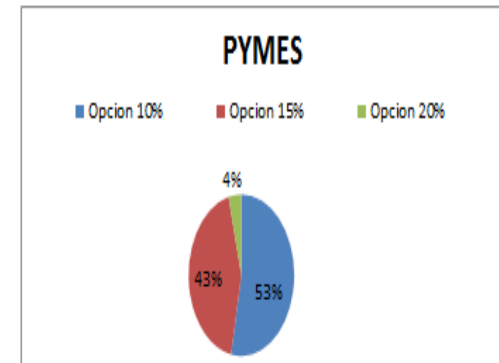
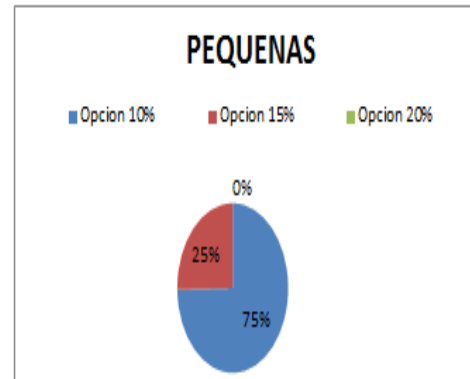
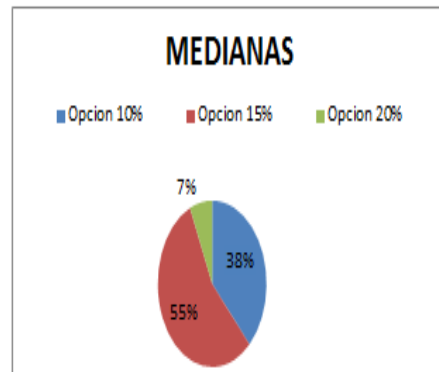
7 ¿Por qué razón estaría interesado en la compra de un negocio?

	Medianas		Pequeñas		TOTAL	
Estrategia Empresarial	26%	58	19%	30	23%	88
Competencia	27%	60	5%	8	18%	68
Planes de emprender otros negocios en otra industria.	11%	25	15%	23	13%	48
Mejora de Tecnología y Procesos	20%	45	26%	41	23%	86
Inversión	16%	36	35%	56	24%	92
	100%	224	100%	158	100%	382



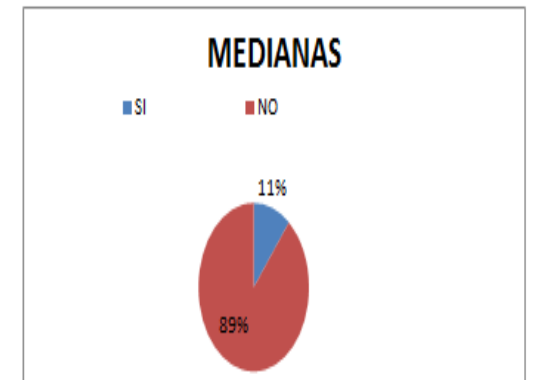
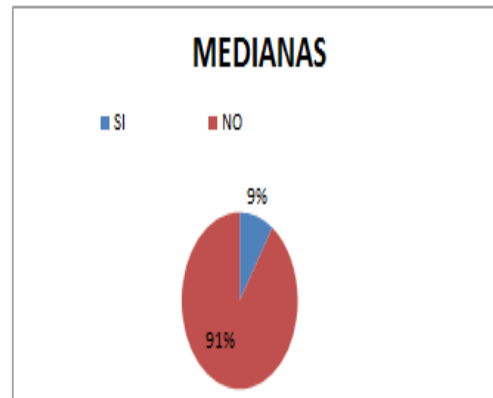
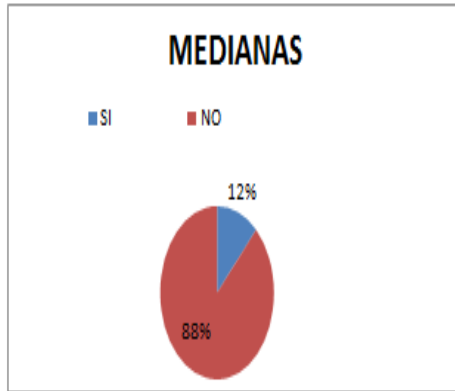
8 Qué porcentaje sobre el valor total de la venta de su negocio estaría dispuesto a pagar por el asesoramiento?

	Medianas		Pequeñas		TOTAL	
Opcion 10%	38%	85	75%	118	53%	203
Opcion 15%	55%	124	25%	40	43%	164
Opcion 20%	7%	15	0%	0	4%	15
	100%	224	100%	158	100%	382



9 ¿Conoce otra empresa que brinde los servicios de Brokerage de Negocios?

	Medianas		Pequeñas		TOTAL	
SI	12%	27	9%	15	11%	42
NO	88%	197	91%	143	89%	340
CUAL	0%	0	0%	0	0%	0
	100%	224	100%	158	100%	382



4.5.5. Análisis de Resultados

Para el análisis de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas se debe tomar en cuenta la muestra representativa de 382 empresas entre medianas y pequeñas que corresponden a 224 medianas y 158 pequeñas.

Cada pregunta es clave para determinar el interés de las empresas tanto por Corpei Capital como por el nuevo servicio. Estas preguntas ayudarán a determinar e identificar el interés que tienen las empresas respecto a una necesidad existente la cual desearían satisfacer, por lo cual se concluye que el proyecto es viable ya que existe una necesidad que se podrá cubrir con la implementación del Brokerage de Negocios.

En las 382 encuestas realizadas que corresponden 158 a pequeñas y 224 a medianas empresas en la ciudad de Quito se puede concluir lo siguiente:

En la primera pregunta ¿Conoce usted sobre los servicios financieros que Corpei Capital Ofrece? , se obtuvo un resultado global de pymes donde se ve que el 85% de las empresas están al tanto de los servicios que Corpei Capital ofrece mientras que el 15% no. Esto genera un panorama atractivo ya que a pesar de no tener el posicionamiento deseado las empresas conocen el giro de negocio de Corpei.

En la segunda pregunta ¿Cuáles son los servicios que ha requerido?, se obtuvo un resultado global de pymes donde se obtuvo el 66% en Factoring, el 27% en Inversión de Capital y el 7% en Promotor de Negocios. Sin duda uno de los servicios más utilizados es el Factoring y es el que más ingresos está generando.

En la tercera pregunta ¿En que estaría interesado, si contrata el asesoramiento para la optimización de su empresa?, se obtuvo un resultado global de pymes con el 42% en Consultoría de Desarrollo del Negocio, el 25% en Soluciones de Marketig y Ventas, el 29% en Asesoría y Gestión de Empresas y el %4 en otros. Esto indica que existe un interés para la optimización de las empresas en diferentes aspectos.

En la cuarta pregunta ¿Qué aspectos considera importantes del Asesor? , se obtuvo un resultado global de pymes donde el 43% fue en Experiencia, el 31% en Posicionamiento, el 20% Manejo de Nuevas tecnologías y el 6% en Poder adaptar las soluciones a las circunstancias del cliente. Se puede notar que los aspectos más importantes para los clientes son la experiencia y el posicionamiento de una empresa , Corpei Capital cuenta con estas fortalezas lo que le da una ventaja competitiva.

En la quinta pregunta ¿Sabe que es el Brokerage de Negocios?, se obtuvo un resultado global de pymes un 96% dijo que Actúa como intermediario para la Compra y Venta de Negocios, un 0% en Comprar y Vender Acciones, el 0% dijo que es Corredor de Bolsa y un 4% Desconoce.

En esta pregunta se verifica el conocimiento claro que tienen los futuros clientes de lo que es el Brokerage de Negocios

En la sexta pregunta ¿Por qué razón estaría interesado en la venta de su negocio?, se obtuvo un resultado global de pymes donde el 41% dijo que sería por Falta de Liquidez, el 17% por No poder seguir creciendo como Empresa, el 9% corresponde a Sucesión Familiar, el 4% por Cansancio del Negocio y el 23% por Preferencia Personal de retirarse. Con esto se puede evaluar las distintas razones que motivarían a los futuros clientes a tomar la decisión de vender su Negocio y es la oportunidad para que sepan que si desean hacerlo podrán contar con un Servicio que los asesore de principio a fin en una venta exitosa y segura.

En la séptima pregunta ¿Por qué razón estaría interesada en la compra de un negocio?, se obtuvo un resultado global de pymes donde el 23% dijo que por Estrategia Empresarial, el 18% por Competencia, el 13% por Planes de emprender otros Negocios, el 23% Mejora de Tecnología y el 24% por Inversión. Al igual que en la pregunta anterior da un panorama del porque estarían interesados en la compra de un negocio esta información ayudará en un futuro para segmentar el mercado de acuerdo a sus necesidades.

En la octava pregunta ¿Qué porcentaje sobre el valor total de la venta de su negocio estaría dispuesto a pagar por el asesoramiento?, se obtuvo un resultado global de pymes donde el 53% dijo que está de acuerdo con el

10%, el 43% dijo que está de acuerdo con el 15% y el 4% dijo que estaría de acuerdo con que sea el 20%. Esta es una pregunta clave ya que de acuerdo a este sondeo se puede determinar cuánto los clientes estarían de acuerdo en pagar por un servicio como el Brokerage de Negocios.

En la novena pregunta ¿Conoce otra empresa que brinde los servicios de Brokerage de Negocios?, se obtuvo un resultado global de pymes donde el 11% dijo que SI y el 89% dijo que no. Con esto se llega a determinar la posible competencia que se puede tener que como se ve los futuros clientes más del 50% no conocen alguien más enfocado a este servicio.

Corpei debe invertir en la implementación del nuevo servicio y lograr así un posicionamiento que lo lleve a plantearse objetivos internacionales en un futuro, Corpei necesita invertir en su promoción y adecuarse al cambio continuo ya que las tendencias van cambiando y creciendo, por ende la empresa no puede dar pasos atrás. El potencial de la empresa es grande y debe saber llevar este conocimiento a los clientes.

4.6. SEGMENTACION DE MERCADO DE NEGOCIOS

En base a los resultados de las encuestas aplicadas a las empresas tomadas de las bases de datos de la CAPEIPI y de CORPEI aleatoriamente se identificó que es necesario segmentar al mercado objetivo tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

Segmentación de Mercado de Negocios

La segmentación de mercados de negocios está basada en las necesidades que se puedan identificar y conectarse con negocios, pero que comparten una necesidad común dirigida por el comercializador del servicio. Los factores que marcan la diferencia entre los mercados de negocios y los mercados de consumo son la naturaleza del consumidor y la forma en que este utiliza el servicio.

La segmentación del mercado de negocios ayudará a Corpei Capital a tener un mejor análisis de los mercados, identificar mercados metas entre otros. Existen diferentes variables en los segmentos de mercado:

La naturaleza del consumidor y la forma en que se utiliza el servicio

En lo que se refiere a naturaleza del consumidor es un enfoque al giro del negocio y su posible necesidad de requerir los servicios de Corpei Capital. Esto permitirá analizar mejor los mercados, seleccionar los mercados metas y determinar el grado de servicio que utilizara y las actividades del marketing que se requiere para llegar de manera adecuada a ese mercado de negocios.

Los elementos demográficos del mercado

Se refiere a la industria, el tamaño y el potencial de crecimiento y la ubicación de las operaciones de las empresas del mercado meta. Dicha información se encuentra especificada en la base de datos que Corpei Capital mantiene actualizada lo que facilita la segmentación de la misma.

Las características de las operaciones de una empresa

Corpei Capital tomará en cuenta la tecnología, el producto o servicio y la situación del futuro cliente y de sus capacidades. El enfoque que adopta la el cliente en sus decisiones al adquirir un servicio, se diferencia en el nivel de la organización, las políticas y los criterios de compra y la relación entre comprador y vendedor.

Para lograr una segmentación se requiere la combinación de estas variables y con esta información se tendrá un perfil de segmentos. Es necesario considerar las diferentes situaciones que pueden ser temporales y que afectan las necesidades del mercado de negocios; esto sirve para la base de segmentación.

También las características de las personas que estarían interesadas en el servicio afectan en el mercado de negocios ya que los bienes y servicios está dirigido a segmentos con diferentes necesidades.

Gráfico N° 19 Bases para segmentar Mercados de Negocios



Tomado de: Investigación
Elaborado por: Estefanía Puente

4.7. ESTRATEGIAS

Corpei Capital con la implementación del Brokerage de Negocios mantiene una estrategia global de diferenciación la cual quiere lograr la notable diferencia con la competencia con los servicios que actualmente ofrece que se caracterizan por ser de calidad y por su personal altamente calificado, adicional a su larga experiencia con las pymes. Corpei Capital busca lograr una imagen en cuanto a calidad de servicio que garantice y fidelice a los clientes y potenciales clientes.

4.7.1. Estrategias para Mercados Corporativos

Corpei Capital tiene que implementar una propuesta única de venta lo cual le dará una ventaja competitiva llamando la atención de los servicios, creando beneficios que solo los servicios de Corpei Capital pueden ofrecer en el mercado.

4.7.2. Estrategias

En base a los resultados obtenidos de las encuestas es necesario tomar en cuenta las políticas y estrategias que se aplicarán.

Es necesario tener claro el panorama de lo que desea el cliente y establecer estrategias de posicionamiento, políticas de pago, difusión del nuevo servicio entre otras.

- En lo que refiere a posicionamiento como ya se había explicado en el capítulo 4 es necesario estar a la vanguardia de los medios tecnológicos como son Facebook, Youtube, Instagram, Twiter, Google +, Linkedin Slideshare entre otros. Esto permitirá un contacto rápido y directo con los clientes. Además es necesario considerar mantener estos medios completamente actualizados y con el manejo adecuado para así obtener más interés en los seguidores.
- La campana vía mailing propuesta para la implementación del nuevo servicio sin duda será una buena estrategia ya que en la mayoría de los casos el e-mail será obtenido directamente por el usuario. Este registro implica normalmente la autorización para enviar correos y para evitar lo que comúnmente es un spam.
- Para el posicionamiento también se fortalecerá la información que la gente tiene de Corpei Capital para lo cual es necesario mejorar los vínculos estratégicos y agrandarlos tanto con las charlas y

presentaciones interactivas de la implementación del nuevo servicio. Esto se hará con los empresarios asociados de la CAPEIPI y la CAPIG.

- Para la difusión del nuevo servicio se hará entrega de un Catálogo físico y en la campana mailing uno on-line donde se desplegara todo el potencial del Portafolio de Corpei Capital, con esto se ayuda al Cliente a tener tiempo de Calidad para seleccionar qué es lo que se desea.
- Referente a las Políticas de pago como se explicó en el capítulo 4, estas serán de acuerdo al tipo de negociación en la que el cliente esté interesado previo a un contrato y con los porcentajes y tiempos establecidos en el mismo.

5. ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo tiene como objetivo determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto y el monto de los ingresos que se espera en los periodos de vida útil del proyecto. Estos datos son registrados en los Estados Financieros mismos que determinan la viabilidad de dicho proyecto.

5.1. Presupuestos

Los presupuestos son una planeación de operaciones y recursos que se formulan para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios.

Al momento de plantear un presupuesto surgen interrogantes como: cuanto se piensa vender, que se necesita para lograrlo, cuanto se tiene que gastar y además se puede estimar algo fundamental que es saber cuánto se va a ganar y el periodo estimado en el que se obtendrán dichos resultados presupuestados.

Se debe tomar en cuenta que el presupuesto es una estimación que se puede hacer en base a la experiencia o a una hipótesis con la información que se conoce. Además se tiene la ventaja de comparar el presupuesto, que solamente es un plan con la realidad y detectar aquellas áreas que puedan estar causando problemas.

5.1.1. Presupuesto de Inversión Inicial

Al elaborar los presupuestos es necesario basarse en datos históricos, en investigaciones de mercado y en las condiciones actuales y las que se prevean en un futuro. Se anticipa a los resultados de las operaciones que se pretenden llevar a cabo y la obtención de resultados acorde al mismo.

Para elaborar un Presupuesto se dependerá de la información estadística que se posea en el momento de efectuar la estimación ya que además de los datos históricos, es necesario enterarse de todo aquello que pueda pasar y que afecte de algún modo lo que se planea; para que en base a experiencias anteriores, pueda proyectarse los posibles resultados a futuro.

Para la implementación del Brokerage de Negocios la inversión que se deberá hacer figura como gasto; por lo cual es necesario aclarar dichos conceptos.

A diferencia de la inversión, los gastos son valores en los que se incurren para la operación de un negocio y son valores que no contribuyen un beneficio futuro pero sin embargo es necesario hacerlos para la operación o giro del negocio. Un gasto se convierte en inversión cuando dicho valor generara un beneficio futuro como es en este caso.

Adjunto tabla de Presupuesto de Inversión, estos valores que serán explicados a detalle en el Presupuesto de Egresos.

Tabla N° 21 Presupuesto Inversión

GASTOS		209.328
Gastos Personal		124.440
Gastos Operativos		10200
Campana Via Maiing	5400	
Capacitaciones	4800	
Gastos Operativos		74.688
Promocion y Publicidad	4800	
Honorarios Profesionales	69888	
Adm. Morgan & Morgan	36288	
Servicios de Auditoria	33600	

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

5.1.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo es una fuente de fondeo y forma parte de la estructura financiera de la empresa.

Para determinar el capital de trabajo se debe restar de los Activos corrientes, los pasivos corrientes. De esta forma se obtiene el capital de trabajo neto contable. Esto determina con cuántos recursos cuentan la empresa para operar si se pagan todos los pasivos a corto plazo.

5.1.3. Presupuestos de operación

5.1.3.1. Presupuestos de ingresos

El Presupuesto de Ingresos es un pronóstico en términos monetarios que hace referencia a un periodo determinado, permite planear y controlar como se van cumpliendo los objetivos en cuanto a ganancias y los servicios que se planea ofrecer.

Con la implementación del Brokerage de Negocios se planea alcanzar ingresos de **\$324.000,00** adicionales a los que genera los servicios que actualmente Corpei Capital ofrece.

De acuerdo a lo detallado en el Capítulo 3 en el literal 3.3.5 Estudio del servicio/ Determinación del Precio adjunto tabla n21 para considerar los precios en los que se basarán los Ingresos presupuestados.

Tabla N° 22 Determinación de Precio

2.-DETERMINACION DEL COSTO POR EL ASESORAMIENTO PARA LA COMPRA DE UN NEGOCIO

	MONTO	%
Elaboracion de Documentos Legales	\$ 3.000,00	20%
Memorando / Valoracion de Empresas	\$ 6.000,00	40%
Analisis estado legal y financiero de la Empresa	\$ 3.000,00	20%
Presentacion de la Empresa al Portafolio de Inversioinistas	\$ 3.000,00	20%
TOTAL	15.000,00	100%

3.-Determinacion del Costo sobre la Venta de un Negocio

Tamano de Empresa	Ventas	Empleado:	% Sobre del Valor de Venta del
Pequena	De 100000 a 1'000000	De 10 a 49	10%
Mediana	De 1'000001 a 2'000000	De 50 a 99	15%

Optimizacion de Empresas

PROCESO	MONTO	%
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	3.000,00	50%
ANALISIS E INFORME DE MEJORAS Y ESTRATEGIAS	3.000,00	50%
TOTAL DE LA OFERTA	6.000,00	100%

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

Por el Asesoramiento para la Compra de un Negocio se presupuestó un ingreso de **\$60.000,00** en los cuales se está considerando el costo de \$15.000,00 suponiendo que se harán 4 al año. Cabe recalcar que en el costo de los \$15.000,00 por el Asesoramiento para la Compra

hay un valor de \$6.000,00 que corresponde a la Valoración de Empresas el cual es un valor base y adicional a eso se cobrará un 10% más si es una pequeña empresa o el 15% más si es una empresa mediana.

Al igual con un escenario conservador se presupuestó los ingresos por el Asesoramiento de la Venta de un Negocio suponiendo que al año se vendan 4 negocios y que estas empresas que se vendan son pequeñas; lo cual representa un ingreso del 10% sobre el valor total de la venta del Negocio y considerando el supuesto de que todos los Negocios que se vendan sean de \$600.000,00 lo que generará un ingreso de **\$240.000,00**.

En lo que se refiere a la Optimización de Empresas se considerará el supuesto de que las 4 empresas que se presupuestó vender al año considerarán como un servicio adicional a la Optimización de Empresas que tiene un costo de \$6.000,00 lo que generará ingresos de **\$24.000,00**.

Tabla N° 23 Presupuesto de Ingresos

Rubro	Año 2015
INGRESOS	324.000
Brokerage de Negocios	324.000,00
Asesoramiento Compra de Negocio	60.000,00
Asesoramiento Venta de Negocio	240000,00
Optimizacion de Empresas	24.000,00

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

5.1.3.2. Presupuesto de Egresos

El Presupuesto de Egresos es una planificación que determina el valor monetario en el que se incurrirá para la implementación de un nuevo servicio como es en este caso o para uno ya existente. Dicho presupuesto permite tener un panorama claro de los valores máximos que se pueden gastar alrededor de un año.

Para la implementación del Brokerage de Negocios se debe realizar una Campaña Vía Mailing y Capacitaciones como se explicó en el capítulo 3 en el literal 3.3 Ingeniería del Servicio, en el 3.3.1 Procesos para la implementación del Nuevo servicio lo siguiente:

Campaña Vía Mailing

El objetivo del envío de estos correos es para mejorar la relación actual de Corpei Capital y los clientes para fomentar su lealtad,

vuelvan adquirir los servicios de la empresa y conozcan sobre el Brokerage de Negocios.

Se va a enfatizar el envío de correos electrónicos con el fin de captar nuevos clientes. Esta campaña se la usará como herramienta de apoyo para conseguir un mayor impacto y llegar al máximo público objetivo posible.

Dicha campaña será de manera bimensual con un costo de \$900,00; es decir que se realizaran 6 al año lo que genera un costo de \$ **5.400,00.**

Capacitaciones

La capacitación continua tanto en servicio al cliente como en temas de vanguardia de acuerdo a las áreas en las que se desempeñen cada uno aportará al posicionamiento de Corpei Capital con el nuevo servicio por ende el personal debe tener la capacidad de ofrecer soluciones nuevas y adecuarse a las nuevas tendencias con los siguientes beneficios:

- ✓ Mejor comunicación interna.
- ✓ Mejor imagen institucional.
- ✓ Contribuye a la formación de cada funcionario.
- ✓ Permite el logro de metas individuales.

Estas capacitaciones se realizaran de manera trimestral con un costo de \$1.200,00; es decir 4 veces al año lo que genera un costo de **\$4.800,00.**

Tabla N° 24 Presupuestos

<u>Presupuesto</u>	
Campana Via Mailing	\$ 900,00
Capacitaciones	\$ 1.200,00
Salarios	\$ 10.370,00
Total	12470

<u>Campana Via Mailing</u>	
Costo centavos por mail	0,05
N° de Empresas en Base de Datos	18000
Costo Total	900

<u>Capitaciones</u>			
Tema	Horas	Costo hora	Costo Total
Desarrollo de habilidades Gerenciales para mandos medios	8	\$ 37,50	\$ 300,00
Competencias Comerciales enfocados en la venta de Servicios Financieros	8	\$ 37,50	\$ 300,00
Mejores Practicas para liderar, influenciar y fortalecer equipos de trabajo	8	\$ 37,50	\$ 300,00
Gestion de Talento Humano basado en Competencias Laborales	8	\$ 37,50	\$ 300,00
TOTAL			\$ 1.200,00

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

Adicional a esto se invertirá **\$4.800,00** al año correspondientes a publicidad y promoción, los Honorarios Profesionales esto incluye un Auditor con el que se trabajará con contrato de consultor externo por un valor de \$ 2.800,00 mensuales lo que genera un valor anual de **\$33.600,00** y un valor adicional que se tendrá que pagar a la Fiduciaria Morgan & Morgan por la administración del Nuevo Servicio que implica un costo mensual de \$3.024,00 lo que da un costo anual de **\$36.288,00**.

A esto se le debe incluir el Gasto del personal que es de \$10.370,00 mensuales lo que genera un costo anual de **\$124.440,00**. Con lo

detallado se tiene un monto total de Egresos de **\$209.328,00** dólares que corresponden a lo que se deberá incurrir para la implementación del nuevo servicio.

Por lo explicado en lo anterior los valores detallados son considerados una inversión ya que generará más clientes considerando que están enfocados al Brokerage de Negocios que generará más ingresos.

5.2. Estados Financieros

“Los Estados Financieros son una fuente de información para las decisiones financieras, el objetivo es examinar en forma resumida la información de esos Estados Financieros y señalar algunas de sus características más importantes de analizar.” (Ross Westfield Jordan)

5.2.1. Balance General

“El Balance es como una foto instantánea de la empresa. Es un medio conveniente donde se puede organizar y resumir lo que posee una empresa (sus activos), lo que se adeuda (sus pasivos) y la diferencia entre los dos que es el Capital de la Empresa en un punto determinado del tiempo.

Activos: LADO IZQUIERDO

Los Activos se clasifican como circulantes o fijos. Un Activo Fijo es aquel que tiene una vida más o menos larga. El Activo Circulante tiene una vida menor de 1 año, esto quiere decir que el Activo se convertirá en efectivo en el transcurso de los 12 meses.

Pasivos y Capital: LADO DERECHO

Los Pasivos de la empresa son lo primero que se enlista en el lado derecho del balance. Se clasifican como circulantes o de largo plazo. Los Pasivos Circulantes al igual que los Activos Circulantes tienen una vida menor a un año (lo que significa que deben pagarse en el transcurso del año) y se listan antes de los Pasivos de Largo Plazo.

Las Cuentas por Pagar son valores que deberán ser cancelados a lo largo de un año, si no es una deuda de Largo plazo.

La diferencia entre el valor total de los Activos y el valor de los Pasivos es el Capital de los Accionistas. Esta característica del Balance tiene el propósito de reflejar el hecho de que si la empresa fuera a vender todos sus activos y a utilizar el dinero para pagar sus deudas, entonces cualquier capital residual que quedaría les pertenecería a los accionistas. De esta manera el Balance se equilibra ya que el valor de los Activos será igual a la de los Pasivos.

Los valores reflejados en el Balance son denominados Valores en libros ya que al momento de registrarlos se muestran los valores que la empresa pago por ellos sin importar cuando se compraron o cuánto valen en la actualidad.”

(Ross Westfield Jordan)

En el Balance General de Corpei Capital que se muestra a continuación corresponde a Diciembre 2014, donde se puede observar algunas cuentas que son necesarias destacar como lo son las Cuentas por Cobrar donde se mantiene un valor de \$11.227,48 que corresponde a las Cuentas por cobrar de Factoring que aún no han vencido, lo que indica que en lo referente a las colocaciones de factoring y sus vencimientos se encuentran dentro de los tiempos y parámetros establecidos los vencimientos de la cartera han sido bien manejados y que cuentan con políticas claras que se han respetado.

En los Activos se tiene también los valores generados por rendimientos financieros que ocasionan una renta fija como son los Bonos del Estado en los que Corpei Capital tiene \$33.750,00 y en Certificados de Inversión cuenta con un valor de \$48.930,00. El total de sus Activos Corpei Capital cuenta con **\$601.055,74**

En los Pasivos las Cuentas por pagar mantienen un valor de \$288.320,00 que corresponden en su mayoría a valores pendientes de pago por Negociaciones en Joint Venture que aún no se vencen y que no duran más de una año.

Es necesario destacar que Corpei Capital no ha incurrido en préstamos o deudas a Largo Plazo. El Capital con el que cuenta Corpei Capital es de **\$299.457,06** sin tomar en cuenta los valores que se liberaran en el transcurso del siguiente año de las colocaciones del 2014 en los diferentes servicios de Corpei Capital para colocaciones futuras. En total de sus Pasivos más el Capital Corpei Capital cuenta con **\$601.055,74**

Tabla N° 25 Balance General 2014 Corpei Capital

Balance General		Al 31	
Marzo del 2014			
1. ACTIVOS		2. PASIVOS	
1.1 ACTIVO CORRIENTE	599.781	2.1 PASIVO CORRIENTE	298.592
1.1.1 ACTIVO DISPONIBLE	454.508,08	2.1.1 PASIVO FINANCIERO	288320,00
1.1.1.1 Caja	300,00	2.1.1.1 Cuentas por Pagar	288320,00
1.1.1.2 Bancos	454.208,08	2.2 PASIVO NO FINANCIERO	10272,21
1.1.1.2.1 Promerica	125.687,00	2.2.1 Proveedores	10272,21
1.1.1.2.2 Bolivariano	328.521,08	2.3 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	3006,47
1.2 Cuentas por Cobrar	11227,48	2.3.1 Retencion Fuente 2%	1370,77
1.2.1 Cuentas por Cobrar Factoring	11227,48	2.3.2 Retencion Iva 100%	1635,7
1.3 Rendimientos por Cobrar	25780,00	3. PATRIMONIO NETO	299.457
1.3.1 Intereses por Rendimiento Financiero	25780,00	3.1 CAPITAL	299457,1
1.4 Activos Financieros	82680,00		
1.4.1 Renta Fija			
1.4.1.1 Bonos del Estado	33750,00		
1.4.1.2 Certificados de Inversion	48930,00		
1.5 Otros Activos Corrientes	25585,59		
1.5.1 Retencion Fuente	11740,00		
1.5.2 Retencion Iva	13845,59		
1.6 ACTIVOS NO CORRIENTES	1274,59		
1.6.1 Equipo de Computacion	2860,00		
1.7 Otros Activos No Corrientes			
1.7.1 Depreciacion Equipo de Computo	1585,41		
TOTAL ACTIVOS	601.055,74	TPTAL PASIVO + PATRIMONIO	601.055,74

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Estados Financieros Corpei Capital

5.2.2. Estado de Resultados

“El Estado de Resultados mide el desempeño durante un cierto periodo, por lo común un trimestre o un año. La Ecuación del estado de resultados es: **Ingresos-Gastos= Utilidad**. Por lo general lo primero que se informa en el Estado de Resultados son los Ingresos o entradas y luego los gastos que correspondan al periodo contable.” (Ross Westfield Jordan)

En el Estado de Resultados de Corpei Capital A Diciembre del 2014 se puede observar lo siguiente:

Los Ingresos generados por los Servicios que Corpei Capital ofrece corresponden a \$32.680,00 de Factoring, \$35.000,00 por Inversión de Capital y \$15.000,00 por Promotor de Negocios; adicional \$25.780,00 por ingresos financieros que corresponden a intereses ganados lo que genera un ingreso total de **\$108.460,00**.

Los gastos en los que se ha incurrido han sido los siguientes:

En lo que corresponde a los Gastos de Personal se tiene un rubro de **\$10.370,00** que es el valor de la nómina que se paga durante un mes. De acuerdo a lo explicado en el Capítulo 1 en el literal 1.1.1 Reseña Histórica todo lo referente a los pagos del personal se encarga directamente Corpei.

Corpei Capital una vez al año genera un incentivo de un salario adicional tomado de los fondos de Corpei administrados por la Fiduciaria y se

entrega a los empleados proporcionalmente a parámetros de evaluación de cumplimiento de metas; este es facturado por los empleados como Honorarios Profesionales al Fideicomiso.

Los Gastos Generales ascienden a **\$15.444,00** que incluyen \$5.640,00 de Movilizaciones para visitas empresariales, por concepto de Membresía al IFG International Factoring Group que tiene un costo mensual de \$637,00 genera un gasto de \$7.644,00, por Membresía Credireport - Equifax un costo mensual de \$180,00 que genera un gasto de \$2.160,00.

En Gastos Financieros se tiene un total de **\$38.437,00** que se desglosan en \$23.333,00 por concepto de Intereses Pagados y \$15.104,00 por Provisión a Cuentas Incobrables.

Los Gastos Operativos suman **\$25.600,00** que corresponden a Promoción y Publicidad de los Servicios existentes de \$1.200,00 al mes que genera un gasto de \$4.800,00. En Honorarios Profesionales se tiene un total de \$20.800,00 que se desglosan en el pago por la Administración de Morgan & Morgan \$1.500,00 mensuales y de un Auditor Externo por un valor de \$2800 por sus servicios una vez al año.

En Resumen en el 2014 se tiene Ingresos que suman \$108.460,00 dólares generados por los servicios que ofrece Corpei Capital y los intereses que estos generan. Y gastos de \$79.481,00 lo cual genero una utilidad de **\$18.609,00**.

Tabla N° 26 Estado de Resultados 2014 Corpei Capital

Estado de Resultados		
Al 31 Diciembre del 2014		
INGRESOS		108.460
Factoring		32.680
Inversion De Capital		35.000
Promotor de Negocios		15.000
Ingresos Financieros		25.780
Interes Ganado	25.780	
GASTOS		89.851
Gastos Personal		10.370
Gastos Generales		15.444
Movilizaciones	5640	
Membrecia IFG	7644	
Membrecia Credireport	2160	
Gastos Financieros		38.437
Interes Pagado	23333	
Provision Incobrables	15104	
Gastos Operativos		25.600
Promocion y Publicidad	4800	
Honorarios Profesionales	20800	
Adm. Morgan & Morgan	18000	
Servicios de Auditoria	2800	
RESULTADOS		18.609

Elaborado por: Estefanía Puente

Tomado de: Investigación

5.2.3. Estado de Resultados Proyectado 2015

Con el Estado de Resultados Proyectado se busca analizar los hechos futuros para reducir la incertidumbre en base a supuestos, tratando de

mantener un escenario conservador como se explicó en este capítulo en el literal 5.1.3.1 Presupuesto de Ingresos y el 5.1.3.2 Presupuesto de Egresos.

El objetivo es analizar la sensibilidad ante diferentes alternativas que se puedan presentar y brindar información para el cálculo del valor recuperable.

Con la implementación del Brokerage de Negocios se planea alcanzar ingresos de **\$324.000,00** adicionales a los que genera los servicios que actualmente Corpei Capital ofrece.

Por el Asesoramiento para la Compra de un Negocio se presupuestó un ingreso de **\$60.000,00** en los cuales se está considerando el costo de \$15.000,00 suponiendo que se harán solamente 4 al año. Cabe recalcar que en el costo de los \$15.000,00 por el Asesoramiento para la Compra hay un valor de \$6.000,00 que corresponde a la Valoración de Empresas el cual es un valor base y adicional a eso se cobrara un 10% más si es una pequeña empresa o el 15% más si es una empresa mediana.

Al igual con un escenario conservador se presupuestaron los ingresos por el Asesoramiento de la Venta de un Negocio suponiendo que al año se vendan 4 negocios y que estas empresas que se vendan son pequeñas; lo cual representa un ingreso del 10% sobre el valor total de la venta del Negocio y considerando el supuesto de que todos los Negocios que se vendan sean de \$600.000,00 lo que generará un ingreso de **\$240.000,00**.

En lo que se refiere a la Optimización de Empresas se considerará el supuesto de que las 4 empresas que se presupuestó vender al año considerarán como un servicio adicional a la Optimización de Empresas que tiene un costo de \$6.000,00 lo que generará ingresos de **\$24.00,00**.

Los gastos suman **\$209.328,00** que se desglosan en Gastos de Personal de **\$124.440,00** donde se delegará funciones y al mismo personal se le dará un valor proporcional de acuerdo a las funciones que se le asignen y adicional a su salario este valor será facturado como Honorarios profesionales a Fideicomiso Corpei Capital.

Se mantiene el valor igual al del salario como valor máximo pero el mismo no será completo sino proporcional a sus funciones como se explicó pero se presupuesta con los valores máximos por cualquier eventualidad

Gastos Operativos son **\$10.200,00** Campaña Mailing será de manera bimensual con un costo de \$900,00; es decir que se realizarán 6 al año lo que genera un costo de \$ 5.400,00. Las capacitaciones se realizarán de manera trimestral con un costo de \$1.200,00; es decir 4 veces al año lo que genera un costo de \$4.800,00.

Adicional a esto se invertirá **\$4.800,00** al año correspondientes a publicidad y promoción, los Honorarios Profesionales esto incluye un Auditor con el que se trabajará con un contrato de consultor externo que tendrá un valor de \$ 2.800,00 mensuales lo que genera un valor anual de **\$33.600,00** y un

valor adicional que se tendrá que pagar a la Fiduciaria Morgan & Morgan por la administración del Nuevo Servicio que implica un costo mensual de \$3.024,00 lo que da un costo anual de **\$36.288,00**.

Con lo detallado llega a un monto total de Egresos de **\$209.328,00** dólares que corresponden a egresos en los que se deberá incurrir para implementar el nuevo servicio.

En el siguiente cuadro se puede observar lo explicado.

Tabla N° 27 Estado de Resultados Proyectado 2015

Estado de Resultados Proyectado 2015		
INGRESOS		324.000
Brokerage de Negocios		324.000,00
Asesoramiento Compra de Negocio	60.000,00	
Asesoramiento Venta de Negocio	240000,00	
Optimizacion de Empresas	24.000,00	
GASTOS		209.328
Gastos Personal		124.440
Gastos Operativos		10200
Campana Via Maiing	5400	
Capacitaciones	4800	
Gastos Operativos		74.688
Promocion y Publicidad	4800	
Honorarios Profesionales	69888	
Adm. Morgan & Morgan	36288	
Servicios de Auditoria	33600	
RESULTADOS		114.672

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

En la siguiente tabla se puede observar un Estado de Resultados incluyendo los ingresos y egresos generados por la implementación del nuevo servicio y la utilidad que este Proyecto generaría.

Tabla N° 28 Estado de Resultados Incluyendo el Nuevo Servicio

Estado de Resultados		
Proyectado con el Nuevo Servicio 2015		
INGRESOS		452.460
Factoring		32.680
Inversion De Capital		45.000
Promotor de Negocios		25.000
Brokerage de Negocios		324.000,00
Asesoramiento Compra de Negocio	60.000,00	
Asesoramiento Venta de Negocio	240000	
Optimizacion de Empresas	24.000,00	
Ingresos Financieros		25.780
Interes Ganado	25.780	
GASTOS		288.809
Gastos Personal		124.440
Gastos Generales		15.444
Movilizaciones	5640	
Membrecia IFG	7644	
Membrecia Credireport	2160	
Gastos Financieros		38.437
Interes Pagado	23333	
Provision Incobrables	15104	
Gastos Operativos		110.488
Promocion y Publicidad	9600	
Honorarios Profesionales	90688	
Adm. Morgan & Morgan	54288	
Servicios de Auditoria	36400	
Campana Via Mailng		5400
Capacitaciones		4800
RESULTADOS		163.651

Elaborado por: Estefanía Puente

Tomado de: Investigación

5.2.4. Flujo de Caja

“El flujo de Caja es un Estado Financiero de una empresa en el que se resume los orígenes y aplicaciones de efectivo durante un periodo específico.” (Ross Westfield Jordan)

El Flujo de Caja ha sido elaborado para 5 periodos en los que se estima se recuperaría la inversión.

En el flujo de Caja que se muestra a continuación se verán los Ingresos que han generado los servicios de Corpei Capital actualmente, estos valores han sido obtenidos del Estado de Resultados 2014 y son: Factoring: \$32.680,00, Inversión de Capital \$35.000,00, Promotor de Negocios \$15.000,00. Se ha planteado el supuesto de que estos valores se mantienen constantes cada uno de los 5 periodos presupuestados, manteniendo un escenario conservador ya que basado en datos históricos siempre han variado de un año a otro.

Como se detalló en el Estado de resultados los ingresos totales generados por el Brokerage de Negocios son de \$324.000,00 desglosados de la siguiente manera:

- Asesoramiento Compra de Negocio \$60.000,00
- Asesoramiento Venta de Negocio \$240.000,00
- Optimización de Empresas \$24.000,00

En el Asesoramiento de la compra está en base al supuesto de que se asesora para la compra de 4 empresas al año por un valor \$15.000,00 que genera al año \$60.000,00.

En el asesoramiento para la venta está en base al supuesto de que se vendan 4 empresas pequeñas al año lo que genera un 10% de ganancia suponiendo que cuesten \$600.000,00 genera un valor de \$240.000,00.

Referente a la optimización de empresas se basa en el supuesto de que las 4 empresas que se venderán al año, requerirán el servicio adicional que tiene un valor de \$6.000,00 que genera un valor de \$24.000,00 al año.

Como ya se ha explicado durante este capítulo se desea mantener un escenario conservador es por eso que en lo que se refiere al asesoramiento por la compra de un negocio el número de empresas que se ha presupuestado se irá incrementando en 1 cada año, al igual que la optimización de empresas. Mientras que los ingresos por el asesoramiento para la venta de un negocio se mantendrán constantes durante los 5 años.

Los gastos presupuestados que corresponden a gastos de personal como ya se explicó en el Estado de Resultados anterior en el año 2014 tienen un rubro de \$10.370,00 por un salario adicional por cumplimiento de metas. A partir del 2015 se presupuestó un valor de un salario completo para cada empleado, pero el valor entregado será proporcional a las tareas y

responsabilidades adicionales que se les asignará es por eso que se presupuesta un rubro de \$124.440,00 anuales que permanecerá constante durante los 5 periodos.

Los Gastos Generales de \$15.444,00 y los Financieros de \$38.437,00 se mantendrán constantes los 5 periodos, dichos gastos ya han sido explicados y desglosados en este capítulo.

En lo referente a los gastos operativos en el 2014 son de \$25.600,00 y para el 2015 incrementa a \$1100.448,00 considerando los incrementos por la campaña vía mailing en la que se incurrirá, capacitaciones, administración de la Fiduciaria y Honorarios profesionales del auditor. A partir del 2015 al 2019 este valor se mantendrá constante.

El Flujo de Caja en los ingresos totales muestra un incremento de \$21.000,00 por año a partir del 2015 al 2019, además genera una utilidad neta de:

-2015	\$91.577,51
-2016	\$104.965,01
-2017	\$118.352,51
-2018	\$131.740,04
-2019	\$145.127,51

Con una Inversión Inicial de \$209.328,00 y de acuerdo a los valores presupuestados se estima se recupera la inversión en los tres primeros años de la implementación del nuevo servicio.

Tabla N° 29 Flujo de Caja Presupuestado

FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO						
DETALLE	PROYECTADO					
	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 108.460,00	\$ 432.460,00	\$ 453.460,00	\$ 474.460,00	\$ 495.460,00	\$ 516.460,00
Factoring	\$ 32.680,00	\$ 32.680,00	\$ 32.680,00	\$ 32.680,00	\$ 32.680,00	\$ 32.680,00
Inversion de Capital	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00
Promotor de Negocios	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Brokerage de Negocios	-	\$ 324.000,00	\$ 345.000,00	\$ 366.000,00	\$ 387.000,00	\$ 408.000,00
Asesoramiento Compra de Negocio		\$ 60.000,00	\$ 75.000,00	\$ 90.000,00	\$ 105.000,00	\$ 120.000,00
Asesoramiento Venta de Negocio		\$ 240.000,00	\$ 240.000,00	\$ 240.000,00	\$ 240.000,00	\$ 240.000,00
Optimizacion de Empresas		\$ 24.000,00	\$ 30.000,00	\$ 36.000,00	\$ 42.000,00	\$ 48.000,00
Ingresos Financieros	\$ 25.780,00	\$ 25.780,00	\$ 25.780,00	\$ 25.780,00	\$ 25.780,00	\$ 25.780,00
EGRESOS OPERACIONALES	\$ 89.851,00	\$ 288.809,00	\$ 288.809,00	\$ 288.809,00	\$ 288.809,00	\$ 288.809,00
Gastos Personal	\$ 10.370,00	\$ 124.440,00	\$ 124.440,00	\$ 124.440,00	\$ 124.440,00	\$ 124.440,00
Gastos Generales	\$ 15.444,00	\$ 15.444,00	\$ 15.444,00	\$ 15.444,00	\$ 15.444,00	\$ 15.444,00
Gastos Financieros	\$ 38.437,00	\$ 38.437,00	\$ 38.437,00	\$ 38.437,00	\$ 38.437,00	\$ 38.437,00
Gastos Operativos	\$ 25.600,00	\$ 110.488,00	\$ 110.488,00	\$ 110.488,00	\$ 110.488,00	\$ 110.488,00
TOTAL INGRESOS Y EGRESOS						
OPERACIONALES	\$ 18.609,00	\$ 143.651,00	\$ 164.651,00	\$ 185.651,00	\$ 206.651,00	\$ 227.651,00
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 18.609,00	\$ 143.651,00	\$ 164.651,00	\$ 185.651,00	\$ 206.651,00	\$ 227.651,00
+Otros Ingresos	-					
-Otros Gastos	-					
UTILIDAD ANTES DE PART. E IMP.	\$ 18.609,00	\$ 143.651,00	\$ 164.651,00	\$ 185.651,00	\$ 206.651,00	\$ 227.651,00
Part. Empleados 15%	\$ 2.791,35	\$ 21.547,65	\$ 24.697,65	\$ 27.847,65	\$ 30.997,65	\$ 34.147,65
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15.817,65	\$ 122.103,35	\$ 139.953,35	\$ 157.803,35	\$ 175.653,35	\$ 193.503,35
Impuesto a la Renta	\$ 3.954,41	\$ 30.525,84	\$ 34.988,34	\$ 39.450,84	\$ 43.913,34	\$ 48.375,84
UNITILIDAD NETA	\$ 11.863,24	\$ 91.577,51	\$ 104.965,01	\$ 118.352,51	\$ 131.740,01	\$ 145.127,51
FLUJO NETO PROYECTADO	\$ 11.863,24	\$ 91.577,51	\$ 104.965,01	\$ 118.352,51	\$ 131.740,01	\$ 145.127,51
INVERSION INICIAL		-209328				

Elaborado por: Estefanía Puento
Tomado de: Investigación

5.3. Evaluación Financiera

5.3.1. Criterios de Evaluación

Los criterios de evaluación son los parámetros en los que se basa para medir la rentabilidad y la viabilidad de un proyecto. Estos criterios son la TIR, el VAN y la Relación que se explican a continuación:

5.3.2. Cálculo TIR

“Es la tasa de descuento que hace que el VAN de una inversión sea cero. Se trata de encontrar una sola tasa de rendimiento que resuma las ventajas de un proyecto. Se llama tasa interna ya que solo dependerá de los flujos de efectivo de una inversión particular no de las tasas que se ofrecen en otras partes.

La TIR de una inversión es el rendimiento requerido que produce un VAN de cero cuando se usa como tasa de descuento.” (Ross Westfield Jordan)

En el cálculo de la TIR para la Implementación del Brokerage de Negocios se hizo para un periodo de 5 años que son los flujos con los que se ha elaborado el presupuestado y se utilizó una tasa de descuento del 15%, la cual refleja un VAN de \$174.968,75 es decir con la tasa del 15% se recupera la inversión y se tiene una rentabilidad. El cálculo de la TIR arroja la

tasa más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero; es decir se obtiene un VAN de Cero y esta TIR es del 44%.

Tabla N° 30 Calculo Tasa Interna de Retorno

Numero de Periodos	5
Tipo de Periodo	anual
Tasa de descuento	15%

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	
TASA DE DESCUENTO	VAN
0%	\$ 382.434,56
5%	\$ 297.426,43
10%	\$ 229.685,19
15%	\$ 174.968,75
20%	\$ 130.225,52
25%	\$ 93.224,20
30%	\$ 62.308,67
35%	\$ 36.232,74
40%	\$ 14.046,68
45%	(\$ 4.981,83)
50%	(\$ 21.423,64)
55%	(\$ 35.728,27)
60%	(\$ 48.253,07)
65%	(\$ 59.284,60)
70%	(\$ 69.054,58)
75%	(\$ 77.751,84)
80%	(\$ 85.531,36)
85%	(\$ 92.521,24)
90%	(\$ 98.828,04)
95%	(\$ 104.540,92)
100%	(\$ 109.734,94)

TIR

44%

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

5.3.3. Cálculo VAN

“El Valor Actual Neto es la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo. Se debe aceptar la inversión si el Valor Actual Neto es positivo y rechazar si es negativo. En caso de ser el VAN igual a cero sería indistinto realizar o no la inversión.” (Ross Westfield Jordan)

En el cálculo realizado del VAN da un valor de \$174.968,75 que es igual al que se tiene con la tasa de descuento del 15% analizado con la TIR y da un valor positivo lo que quiere decir que la inversión es viable.

La tasa de descuento del 15% está en base a la tasa de Interés Activa y Pasiva y a la Inflación.

Tabla N° 31 Cálculo Valor Actual Neto

TABLA DE VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
N°	FNE	$(1+i)^n$	$FNE/(1+i)^n$
0	-209328	1,00	-209328
1	\$ 91.577,51	1,15	79632,62
2	\$ 104.965,01	1,32	79368,63
3	\$ 118.352,51	1,52	77818,70
4	\$ 131.740,01	1,75	75322,78
5	\$ 145.127,51	2,01	72154,02
		VAN	174968,75

VAN	\$ 384.296,75
	-209328
	\$ 174.968,75
TIR	44%

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

5.3.4. Período de recuperación

“El periodo de recuperación de una inversión es el tiempo que se requiere para que dicha inversión genere flujos de efectivo suficientes para recobrar su costo o inversión inicial. Una inversión es aceptable si su periodo de recuperación calculada es menor que algún número de años pre establecidos” (Ross Westfield Jordan)

En este caso el periodo de recuperación de la inversión tomando en cuenta que se llevó a Valor Presente los Flujos Netos será durante los cinco primeros años como se muestra a continuación lo que quiere decir que es viable.

Tabla N° 32 Periodo de Recuperación de la Inversión

	VALOR PRESENTE	PERIODO DE RECUPERACION	INVERSION
2015	\$ 45.530,21		
2016	\$ 45.530,21		
2017	\$ 45.530,21	\$ 227.651,04	\$ 209.328,00
2018	\$ 45.530,21		
2019	\$ 45.530,21		

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

5.3.5. Análisis de sensibilidad

Para poder aplicar el Análisis de sensibilidad es necesario modificar las hipótesis sobre las cuales están basados los cálculos de rentabilidad, con la finalidad de observar que tan sensibles son la TIR, el VAN.

En el análisis de sensibilidad se modificaron una combinación de variables, para comprobar la viabilidad del proyecto ante situaciones de incertidumbre.

Se afectarán variables así:

-Disminución de los ingresos de un 5%.

-Aumento en los costos operativos en un 5%.

Con los cambios aplicados a los ingresos generados por el Brokerage de Negocios con la disminución del 5% y con el incremento en gastos operativos del 5% en los periodos del 2016 al 2019 se tiene lo siguiente:

En el cálculo de la TIR para el Análisis de Sensibilidad se utilizó una tasa de descuento del 15%, la cual refleja un VAN de \$6.054,43 es decir con la tasa del 15% se recupera la inversión y se tiene una rentabilidad. El cálculo de la TIR arroja la tasa más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero; es decir se obtiene un VAN de Cero y esta TIR es del 16%.

En el cálculo realizado del VAN da un valor de \$6.054,43 que es igual al que se tiene con la tasa de descuento del 15% y analizado con la TIR de un valor positivo indica que la inversión es viable.

Sin embargo del cambio en las variables indicadas el periodo de recuperación de la inversión será durante los cinco primeros años considerando que se llevó a Valor Presente los Flujos Netos lo que quiere decir que es viable.

Tabla N° 33 Flujo de Caja con variaciones para Análisis de Sensibilidad

FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO						
DETALLE	PROYECTADO					
	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 108.460,00	\$ 432.460,00	\$ 416.260,00	\$ 400.870,00	\$ 386.249,50	\$ 372.360,03
Factoring	\$ 32.680,00	\$ 32.680,00	\$ 32.680,00	\$ 32.680,00	\$ 32.680,00	\$ 32.680,00
Inversion de Capital	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00
Promotor de Negocios	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Brokerage de Negocios	-	\$ 324.000,00	\$ 307.800,00	\$ 292.410,00	\$ 277.789,50	\$ 263.900,03
Asesoramiento Compra de Negocio		\$ 60.000,00	\$ 75.000,00	\$ 90.000,00	\$ 105.000,00	\$ 120.000,00
Asesoramiento Venta de Negocio		\$ 240.000,00	\$ 240.000,00	\$ 240.000,00	\$ 240.000,00	\$ 240.000,00
Optimizacion de Empresas		\$ 24.000,00	\$ 30.000,00	\$ 36.000,00	\$ 42.000,00	\$ 48.000,00
Ingresos Financieros	\$ 25.780,00	\$ 25.780,00	\$ 25.780,00	\$ 25.780,00	\$ 25.780,00	\$ 25.780,00
EGRESOS OPERACIONALES	\$ 89.851,00	\$ 288.809,00	\$ 294.333,40	\$ 305.934,64	\$ 318.696,00	\$ 332.733,50
Gastos Personal	\$ 10.370,00	\$ 124.440,00	\$ 124.440,00	\$ 124.440,00	\$ 124.440,00	\$ 124.440,00
Gastos Generales	\$ 15.444,00	\$ 15.444,00	\$ 15.444,00	\$ 15.444,00	\$ 15.444,00	\$ 15.444,00
Gastos Financieros	\$ 38.437,00	\$ 38.437,00	\$ 38.437,00	\$ 38.437,00	\$ 38.437,00	\$ 38.437,00
Gastos Operativos	\$ 25.600,00	\$ 110.488,00	\$ 116.012,40	\$ 127.613,64	\$ 140.375,00	\$ 154.412,50
TOTAL INGRESOS Y EGRESOS OPERACIONALES	\$ 18.609,00	\$ 143.651,00	\$ 121.926,60	\$ 94.935,36	\$ 67.553,50	\$ 39.626,52
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 18.609,00	\$ 143.651,00	\$ 121.926,60	\$ 94.935,36	\$ 67.553,50	\$ 39.626,52
+Otros Ingresos	-					
-Otros Gastos	-					
UTILIDAD ANTES DE PART. E IMP.	\$ 18.609,00	\$ 143.651,00	\$ 121.926,60	\$ 94.935,36	\$ 67.553,50	\$ 39.626,52
Part. Empleados 15%	\$ 2.791,35	\$ 21.547,65	\$ 18.288,99	\$ 14.240,30	\$ 10.133,02	\$ 5.943,98
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15.817,65	\$ 122.103,35	\$ 103.637,61	\$ 80.695,06	\$ 57.420,47	\$ 33.682,54
Impuesto a la Renta	\$ 3.954,41	\$ 30.525,84	\$ 25.909,40	\$ 20.173,76	\$ 14.355,12	\$ 8.420,64
UTILIDAD NETA	\$ 11.863,24	\$ 91.577,51	\$ 77.728,21	\$ 60.521,29	\$ 43.065,35	\$ 25.261,91
FLUJO NETO PROYECTADO	\$ 11.863,24	\$ 91.577,51	\$ 77.728,21	\$ 60.521,29	\$ 43.065,35	\$ 25.261,91
INVERSION INICIAL		-209328				

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

Tabla N° 34 Calculo de la TIR y VAN con variaciones para Análisis de Sensibilidad

Numero de Periodos	5
Tipo de Periodo	anual
Tasa de descuento	15%

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	
TASA DE DESCUENTO	VAN
0%	\$ 88.826,27
5%	\$ 55.894,36
10%	\$ 28.732,89
15%	\$ 6.054,43
20%	(\$ 13.090,99)
25%	(\$ 29.415,65)
30%	(\$ 43.461,35)
35%	(\$ 55.645,83)
40%	(\$ 66.295,05)
45%	(\$ 75.666,32)
50%	(\$ 83.964,81)
55%	(\$ 91.355,75)
60%	(\$ 97.973,35)
65%	(\$ 103.927,60)
70%	(\$ 109.309,28)
75%	(\$ 114.193,89)
80%	(\$ 118.644,65)
85%	(\$ 122.714,81)
90%	(\$ 126.449,53)
95%	(\$ 129.887,27)
100%	(\$ 133.061,01)

TABLA DE VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
N°	FNE	$(1+i)^n$	$FNE/(1+i)^n$
0	-209328	1,00	-209328
1	\$ 91.577,51	1,15	79632,62
2	\$ 77.728,21	1,32	58773,69
3	\$ 60.521,29	1,52	39793,73
4	\$ 43.065,35	1,75	24622,76
5	\$ 25.261,91	2,01	12559,63
		VAN	6054,43

VAN	\$ 215.382,43
	-209328
	\$ 6.054,43
TIR	16%

Elaborado por: Estefanía Puente
Tomado de: Investigación

Tabla N° 35 Periodo de recuperación de Inversión con variaciones para Análisis de Sensibilidad

	VALOR PRESENTE	PERIODO DE RECUPERACION	INVERSION
2015	\$ 45.530,21		
2016	\$ 45.530,21		
2017	\$ 45.530,21	\$ 227.651,04	\$ 209.328,00
2018	\$ 45.530,21		
2019	\$ 45.530,21		

Elaborado por: Estefanía Puente

Tomado de: Investigación

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- Corpei Capital con los servicios que actualmente ofrece y con su experiencia tiene la oportunidad de posicionarse en el mercado al cual está enfocado en las ciudades de Quito y Guayaquil tomando en cuenta sus fortalezas y oportunidades.
- La Implementación del Brokerage de Negocios permite identificar las variables que se deben tomar en cuenta para el cambio e identificar las estrategias necesarias para el desarrollo de la empresa con el nuevo servicio.
- El Brokerage de Negocios será una opción más de los servicios financieros, el cual asesorará en los procesos de la compra y venta de un negocio.
- La situación económica del sector tiene apertura para el desarrollo del nuevo servicio por ende Corpei Capital tiene la oportunidad de llegar a el mercado.
- La experiencia de Corpei es su principal fortaleza de desarrollo por lo cual se debe adaptar a las necesidades del mercado, a la innovación y tendencias del momento ya que es su principal herramienta para el desarrollo de estrategias y captación de clientes.

- La implementación del Brokerage de Negocios como un nuevo servicio de Corpei Capital es viable tanto por los recursos que tiene la empresa como para obtener un beneficio financiero.
- En el análisis e investigación para la implementación de un nuevo servicio de Corpei Capital en un mercado muy demandado como es el financiero; se determinó la factibilidad de El Brokerage de Negocios, ofreciendo un servicio personalizado que cumpla con las necesidades del cliente y se cubra una demanda que estaba insatisfecha en base a la metodología de evaluación de proyectos.
- Se concluye en base a los datos históricos obtenidos en el Estado de Resultados y a comparación del Estado de Resultados Proyectado los beneficios económicos presupuestados que la implementación del nuevo servicio dará a Corpei Capital.
- De acuerdo al Flujo de Caja Proyectado con una Inversión Inicial de \$209.328,00 y de acuerdo a los valores presupuestados se estima se recupera la inversión en los tres primeros años de la implementación del nuevo servicio por lo cual es viable la implementación del Brokerage de Negocios.
- En base al cálculo realizado del VAN da un valor de \$174.968,75 que es igual al que se tiene con la tasa de descuento del 15% analizado con la TIR y da un valor positivo lo que quiere decir que la inversión es viable.

- En base al cambio en las variables para Análisis de Sensibilidad se determinó el periodo de recuperación de la inversión será durante los tres primeros años lo que quiere decir que es viable.
- El potencial de la empresa es grande y debe saber llevar este conocimiento a los clientes.
- Con la implementación del nuevo servicio se atenderá un mercado cautivo, lo que beneficiará a las Pymes, empresarios ya que tendrán acceso a un servicio que nadie como entidad ofrece.
- Debido a la falta de atención al sector, se desea implementar el Brokerage de Negocios como un nuevo servicio de Corpei Capital para asistir y asesorar a Pymes que deseen realizar un proceso de compra-venta de empresas.
- Generará una rentabilidad e incrementará su prestigio con servicios diferentes y de calidad.
- Corpei Capital establecerá estrategias que le permitan la introducción y posicionamiento de este nuevo servicio en el mercado al que se enfoca.

6.2. Recomendaciones

- La empresa debe crear servicios a través de un análisis previo y comprobado que permita satisfacer al cliente de la empresa, ampliar la cartera de servicios y obtener resultados.
- Mantener satisfecho al cliente interno, los funcionarios para tener un clima laboral satisfactorio que ayude a la empresa para, tener mayor presencia e identidad, enfocarse en la planeación de Desarrollo Humano como prioridades.
- Mantener actualizados a los funcionarios que trabajan en Corpei Capital con capacitaciones constantes y realizar un monitoreo con la Dirección de la empresa para ver los resultados y mejorar continuamente.
- Se recomienda que la empresa después de implementado el Brokerage de Negocios y de que se incremente su participación en el mercado, mantenga la calidad de su portafolio de servicios y la atención al cliente para satisfacer las necesidades del cliente.
- Se deben mantener los recursos de la empresa y utilizarlos a su máxima capacidad, sin desperdicios y con una distribución de funciones real y medible.

- Es necesario realizar un Estudio de Mercado que dará una pauta de lo que el cliente sabe de Corpei Capital y si estarían interesados en el nuevo servicio o saben de alguien que pueda estarlo.
- La tecnología que se utilizará analizando la capacidad de los sistemas actuales donde se comparte información se desarrollará conjuntamente con las áreas de Promoción y Sistemas que son quienes se encargan del diseño, funcionamiento y manejo de la información que ahí se proporcione.
- Se recomienda implementar una Campana Vía Mailing para mejorar la relación actual de Corpei Capital y los clientes fomentar su lealtad, que vuelvan adquirir los servicios de la empresa y conozcan sobre el Brokerage de Negocios.
- Corpei Capital debe extender su red de contactos por lo que es necesario buscar nuevas alianzas estratégicas y así ganar posicionamiento en el mismo aportando a los diferentes servicios financieros.

7. BIBLIOGRAFÍA

Libros

BALANKO-DICKSON, GREG (2007). Como preparar un Plan de Negocios Exitoso. México: McGraw Hill. 1era edición.

BATEMAN, SNELL. (2004). Administración, una ventaja Competitiva. México: McGraw Hill. 1 era edición.

José María Sainz de Vicuña Ancín, El Plan Estratégico en la práctica, Esic Editorial. Madrid.

Philip Kotler; Gary Armstrong, Fundamentos de Marketing, Pearson Educación, México.

NASSIR SAPAG, CHAIN. (2008). Preparación y Evaluación de Proyectos. México: McGraw Hill.

WALKER, STANTON, EZEL. (1999). Fundamentos de Marketing. México: McGraw Hill, 11va edición.

LEVY, M. (1998). Finanzas Intenacionales. Nw Cork: Mc Graw Hill. 3ra. Edición.

Michael A. Hitt, Duane Ireland, Robert E. Hoskisson; Administración Estratégica: Competitividad y Globalización, (2008), Cengage Learning, México

ROSS, S (2001), Fundamentos de Finanzas Corporativas. México: McGraw Hill.

KOTLER P. (2001). Dirección del Marketing. México: Editorial Pearson Education. Edición del Milenio.

MARCIAL CÓRDOBA PADILLA, (2011) Formulación y Evaluación de Proyectos, ECOE Ediciones de Colombia.

American Marketing Association (A.M.A). (s.f.).

Banco Central del Ecuador Boletín Balanza Comercial Enero-Noviembre 2013. (s.f.).

Banco Central del Ecuador. Boletín Oct-2008. (s.f.).

Banco Central del Ecuador. ISSN: 1319- 1419 Dirección de Estadística Económica. (s.f.).

Base de datos entradas y salidas internacionales 2013. (s.f.).

Corpei Capital” (2012). <http://www.corpeicapital.com.ec/>. (s.f.).

Especificación Descriptiva de Cargos Corpei Capital. (s.f.).

<http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>. (s.f.).

<http://rossenterprisemexico.blogspot.com/2012/09/sustitutos-o-complementos-de-tu.html>. (s.f.).

<http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>. (s.f.).

<http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/523.pdf>. (s.f.).

<http://www.empirebb.com/lat/busqueunbroker.php>. (s.f.).

<http://www.emprendepyme.net/analisis-externo-de-mercado.html>. (s.f.).

<http://www.mmgtrust.com.ec/corporativo.html>. (s.f.).

http://www.norgestion.com/uploads/publicaciones/pdf/Cuadernos_NORGESTION._1-Como_comprar_o_vender_una_empresa. (s.f.).

<http://www.sri.gob.ec/de/32>. (s.f.).

http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/proy_inv/estudio%20de%20mercado.pdf. (s.f.).

<http://www.vet.unicen.edu.ar/html/Areas/Economia%20y%20Admin%20Rural/Material/Nuevo/Doc%208%20Estructuras%20de%20Mercado.pdf>. (s.f.).

Michael A. Hitt, Duane Ireland, Robert E. Hoskisson. (2008). Administración Estratégica: Competitividad y Globalización. México: Cengage Learning.

Paul A. Samuelson; William D. Nordhaus. (2006). Economía. México: Mc Graw Hill.

Ross Westfield Jordan. (s.f.). Fundamentos Finanzas Corporativas. Mc Graw Hill, Novena edición.

www.bce.fin.ec Estadísticas Macroeconómicas . (2013).

www.copei.org.ec. (s.f.).

www.presidencia.gob.ec Noticia: La Revolución Ciudadana le entregó estabilidad política al país. (s.f.).

www.proecuador.gob.ec Noticia: Ecuador recibió 549 millones de inversión extranjera 2013. (s.f.).

INTERNET

www.corpei.org.ec

www.corpeicapital.com.ec

<http://www.inec.gob.ec>

<http://www.bce.fin.ec/>

www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-corpei-socia-de-algunas-empresas543601.html

<http://www.industrias.gob.ec>

<http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>

ANEXOS

E. INFORMACION FINANCIERA			
ÚLTIMO AÑO		ESTIMADO MENSUAL	
ACTIVO	\$	INGRESOS	\$
PASIVO	\$		
PATRIMONIO	\$	EGRESOS	\$

F. DOCUMENTACION PRESENTADA					
1	<input type="checkbox"/>	Copia contrato de constitución de la compañía y última reforma	7	<input type="checkbox"/>	Copia último estado financiero (auditado de ser posible)
2	<input type="checkbox"/>	Copia nómina de socios y accionistas (SIC actualizada)	8	<input type="checkbox"/>	Original de certificado bancario
3	<input type="checkbox"/>	Original certificado cumplimiento obligaciones (SIC último mes)	9	<input type="checkbox"/>	Original de certificado comercial
4	<input type="checkbox"/>	Copia del Nombramiento del representante legal debidamente inscrito	10	<input type="checkbox"/>	Copia de Planilla de Servicio Básico (agua, luz ó teléfono)
5	<input type="checkbox"/>	Copia cédula de ciudadanía / identidad / pasaporte y certificado de votación	11	<input type="checkbox"/>	Copia de las 3 últimas declaraciones de IMP RTA 101 e IVA 104
6	<input type="checkbox"/>	Copia del RUC de la compañía	12	<input type="checkbox"/>	Original de carta suscrita por el representante o apoderado de la compañía, revelando sus accionistas hasta llegar a la persona natural)

G. DECLARACION	
<p>Declaro bajo la gravedad de juramento, en forma expresa, inequívoca e irrevocable:</p> <p>Que los bienes y/o fondos que se entregaran o aportaran al negocio fiduciario a ser administrado por MMG TRUST ECUADOR S.A., tienen origen lícito, no provienen ni provendrán y no están ni estarán relacionados directa o indirectamente con actos tipificados como delitos o prohibidos por la Ley de Prevención, Detección y Erradicación de Delito de Lavado de Activos y del Financiamiento de Delitos y Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas y en general cualquier actividad considerada como ilícita por la Legislación Ecuatoriana. Mi/muestra actividad económica o de la que se percibe los fondos son permitidas por la Ley Ecuatoriana y no son operaciones/transacciones económicas inusuales e injustificadas acorde a la Ley de Prevención, Detección y Erradicación del Delito de Lavado de Activos y del Financiamiento de Delitos. Autorizo/amos expresamente a MMG TRUST ECUADOR S.A., para que acceda a la información del/los suscto/s en la Central de Riesgos/Buró de Información Crediticia, y a cualquier fuente de información de mis/nuestras referencias, información personal sobre comportamiento crediticio, manejo de cuentas y en general sobre el cumplimiento de mis/nuestras obligaciones y demás activos, pasivos y datos personales. MMG TRUST ECUADOR S.A., queda expresamente autorizada para utilizar, transferir y entregar la información a autoridades competentes y organismos de control en caso de que fuere requerida. La información y documentación proporcionada en este formulario es verdadera y fidedigna y se autoriza a MMG TRUST ECUADOR S.A. a realizar la comprobación de estas declaraciones eximiéndola MMG TRUST ECUADOR S.A. de toda responsabilidad de cualquier naturaleza, inclusive respecto a terceros, si estas declaraciones fuesen falsas o erróneas. En caso de cualquier cambio en la información arriba proporcionada, nos comprometemos a informar de manera inmediata a la Fiduciaria.</p>	
<p>NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL/APODERADO</p> <p>_____</p> <p>NUMERO DE IDENTIFICACION</p> <p>_____</p>	<p>FECHA DE SUSCRIPCION:</p> <p>DIA _____ MES _____ AÑO _____</p> <p>FIRMA</p> <p>_____</p>

USO EXCLUSIVO DE LA COMPAÑIA

AREA: <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Negocios Fiduciarios	RECIBIDO POR: _____
--	---------------------

DE LA LEY DE PREVENCIÓN, DETECCIÓN Y ERRADICACIÓN DEL DELITO DE LAVADO DE ACTIVOS Y DEL FINANCIAMIENTO DE DELITOS	
Ley publicada el 18 de octubre del año 2005 en el Registro Oficial N° 127, y reformada por la Ley 0 publicada en Registro Oficial Suplemento N° 352 del 30 de diciembre del año 2010	
Cuál es la finalidad de la Ley?	
Prevenir, detectar oportunamente, sancionar y erradicar el lavado de activos y el financiamiento de delitos, en sus diferentes modalidades. Artículo 1 de la Ley	
Qué es el Lavado de Activos?	
Es el proceso por el cual los bienes y ganancias monetarias de origen delictivo e ilícito, se invierten, integran o transforman en el sistema económico financiero legal con apariencia de haber sido obtenidos de forma lícita y procurando ocultar su verdadera procedencia, así como su real propiedad y el ejercicio de su dominio y control. (En el Ecuador, la entidad de control es el Consejo Nacional Contra el Lavado de Activos.) Glosario de Términos expedido por el Consejo Nacional de Valores/CNV-2011-008	
Qué es la Unidad de Análisis Financiero (U.A.F.)?	
Es el órgano operativo del Consejo Nacional Contra el Lavado de Activos, siendo la dependencia competente para recibir toda clase de información y reportes relacionados con los delitos de lavado de activos y el financiamiento de delitos. Artículo 9 y 2 de la Ley	
Por qué requerimos información y utilizamos el presente formulario "Conozca a su Cliente"?	
Las instituciones del sistema financiero y de seguros, además de los deberes y obligaciones constantes en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y otras de carácter específico, deberán: Requerir y registrar a través de medios fehacientes, fidedignos y confiables, la identidad, ocupación, actividad económica, estado civil y domicilio, habitación u ocupacional, de sus clientes, permanentes u ocasionales. En el caso de personas jurídicas, el registro incluirá la certificación de existencia legal, capacidad para operar, nómina de socios o accionistas, montos de las acciones o participaciones, objeto social, representación legal, domicilio y otros documentos que permitan establecer su actividad económica.	
Reforma: A mas de las instituciones del sistema financiero y de seguros, serán sujetos obligados a informar a la UAF a través de la entrega de reportes previstos en el Art. 3 de la Ley, de acuerdo a la normativa que en cada caso se dicte: las filiales extranjeras, las bolsas y casas de valores, las administradoras de fondos y fideicomisos, cooperativas, fundaciones y los demás detallados en la Ley. Artículo.... de la Ley.	
Los sujetos obligados a informar deberán aplicar, en el ejercicio de sus funciones, los procedimientos de "Conozca a su cliente", "Conozca a su empleado" y "Conozca a su mercado" incluyendo a sus intermediarios y corresponsales en el caso de ser aplicable. Artículo 17, Capítulo III, Resolución No. UZF-DG-2010-0007 de la U.A.F.	
ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD EXCLUSIVA DE MMG TRUST ECUADOR S.A. SE PROHIBE SU REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL	
MMG-MLA-F02 (2014-02)	

ANEXO N° 2**REQUISITOS APLICACIÓN**

- Copia de RUC
- Copia de estatutos de la compañía y última reforma en caso que lo hubiere
- Copia Nombramiento del Representante Legal vigente
- Copia cédula de ciudadanía / identidad / pasaporte y certificado de votación del representante legal
- Copia nómina de socios y accionistas (SIC actualizada)
- Original certificado cumplimiento obligaciones (SIC actualizada)
- Copia de Planilla de Servicio Básico (agua, luz ó teléfono)
- Original de certificado bancario
- Original de certificado comercial
- Copia de los estados de cuentas corrientes y de ahorros, de los últimos 6 meses
- Copia formulario 101 al SRI (Declaración de Impuesto a la Renta de Sociedades) de los últimos 3 años
- Copia del último estado financiero vigente.
- Copia de las declaraciones del Formulario 104 al SRI (Declaración de Impuesto al Valor Agregado) de los últimos 6 meses
- Anexo de Accionistas, Participes, Socios, Miembros de Directorio y Administradores (Información solicitada con bases a la Resolución NAC DGERCGC12-00777 emitida por el Servicio de Rentas Internas, publicada en RO. N°855 de diciembre 20 de 2012)
- Detalle de las cuentas por cobrar, detallando lo siguiente: Deudor, Monto, Fecha de Emisión, Fecha de pago.
- Dirección de página web, o presentación de la compañía.

ANEXO N° 3

CALIFICACIÓN ADMINISTRADORES Y ACCIONISTAS

NOMBRE EMPRESA:

RUC/C.I.:

FECHA:

EVALUACIÓN DE ADMINISTRADORES Y ACCIONISTAS		
CONCEPTO	CATEGORIA	CALIFICACIÓN
CONSEP*	NO SI	2 0
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	VENCIMIENTOS CARTERA CASTIGADA CUENTA INHABILITADA	NINGUNA CATEGORIA: 2 1 CATEGORIA: 1 2 O 3 CATEGORIAS: 0
CENTRAL JUDICIAL CIVIL	NINGUNA ANTERIOR VIGENTE	2 1 0
CENTRAL JUDICIAL PENAL	NINGUNA ANTERIOR VIGENTE	2 1 0
REFERENCIAS	3 BUENAS REFERENCIAS 2 BUENAS REFERENCIAS 1 O 0 REFERENCIAS	2 1 0
CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES	SI NO	2 0
TOTAL		0

Los criterios serán evaluados en el siguiente

10 a 6 puntos: perfil aprobado**0 a 5 puntos:** perfil rechazado

* Si la empresa o sus administradores se encuentran registrados en el CONSEP, el proyecto será automáticamente

ELABORADO POR

Nombre:

APROBADO POR

Nombre:

ANEXO N° 4

PERFIL DE NEGOCIOS

DOCUMENTO DE PERFIL DE NEGOCIOS

IDENTIFICACION (LOGOTIPO)
DE LA EMPRESA

ESLOGAN EMPRESARIAL:

NOMBRE DE LA EMPRESA:

PRESENTADO A:

ENTIDAD _____

FECHA DE PRESENTACIÓN

..... / /

DOUMENTO DE PERFIL DE NEGOCIO.

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	
RUC:	
Fecha de constitución de la empresa:	
Nombre y C.I. de Representante Legal de la empresa:	
Nombre y cargo de los dueños/ accionistas y su % de participación accionaria en la empresa (incluir No. de C.I. de cada uno)	
Nombre y cargo de los administradores (incluir No. de C.I. de cada uno):	
Teléfono:	
Fax:	

<p>3 Principales Proveedores</p> <p>(Favor incluir teléfono, correo, nombre de persona de contacto y producto que provee cada uno).</p>	
<p>3 Principales Clientes (Favor incluir teléfono, correo y nombre de persona de contacto de cada uno).</p>	
<p>Referencias bancarias:</p>	
<p>Dirección empresa:</p>	
<p>Ciudad:</p>	
<p>Nombre/ e-mail/ celular de persona de contacto:</p>	
<p>Sitio Web:</p>	

PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES GENERALES
--

Los que serán resueltos con la inversión, financiamiento y su relación con los proveedores
--

OBJETIVO DEL CAPITAL REQUERIDO Y USO ¹
--

--

DETALLE DE LA INVERSIÓN

Concepto de Inversión	Objetivo de la Inversión	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario de la inversión en US\$	Inversión total en US\$

Total Inversión	
-----------------	--

UBICACIÓN DE LA INVERSIÓN

¹ Se detallará en información Anexa el programa de inversiones, cronograma y plazos (horizonte). Siempre que fuese relevante.

Localización física donde se ejecutará el proyecto de inversión:

TIPO DE EMPRESA, INDUSTRIA Y MERCADO

Mercado en el que compite y breve resumen de lo que hace:

MEZCLA DE PRODUCTOS Y / O SERVICIOS

Descripción de producto o servicio, resaltando ventajas competitivas o diferencias con otros similares:

FINANCIAMIENTOS PREVIOS

Existencia y condiciones de financiamiento con: organismos internacionales, banca nacional e internacional, otros.

Características estimadas de financiamiento (Expresado en US\$)

Organismo	Monto	Tasa	Plazo	Gracia	Observaciones

PERIODO ESTIMADO PARA RENTABILIDAD²

² Se entiende que el inicio de la rentabilidad de la empresa, da inicio al horizonte de sostenibilidad de la PYME. Esta tiene la característica de que la PYME es auto sostenible en cuanto a cumplir

Elaborar un pequeño flujo de ingresos y egresos en el que se refleje el período estimado de rentabilidad de la PYME.

IMPACTO DE LA INVERSIÓN

En la capacidad productiva, en la cadena de producción y en los proveedores.

BENEFICIARIOS POTENCIALES

Número de beneficiarios potenciales de la inversión y financiamiento.

OPORTUNIDAD A EXPLOTAR

Resumen de la oportunidad a explorar (datos de mercado: tamaño, crecimiento y competencia).

SISTEMAS DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN

Breve explicación de la estrategia de salida de inversionistas.

PROCESOS DE PROVISIÓN

con su programa de inversiones, ventas, costos y mantiene una relación dinámica con sus proveedores.

Descripción del proceso de acopio y ubicación de sus productores. (Metodologías de aproximación a éstos)

MECANISMOS DE INCENTIVO A
PROVEEDORES

Descripción de los incentivos a los productores

DETECCIÓN DE PROBLEMAS Y
SOLUCIONES

Proveedores

Problemas	Soluciones	Beneficios para proveedores

Materia Prima

Problemas	Soluciones	Beneficios para proveedores

VALOR DE MATERIA PRIMA

Valor total de la compra de la materia prima, Número de proveedores.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Especificar fuentes de información para el desarrollo del documento y cálculo de proyecciones:

ANEXOS

Adjuntar estados financieros mensuales y consolidados de los **3 últimos años** de gestión en formato Excel y los presentados al SRI y/o Superintendencia de Compañías.

Adjuntar copia de cédula de identidad del representante legal o persona autorizada y el nombramiento o autorización expresa de la Administración de la empresa.

NOTA: *La información presentada será considerada como una Declaración Jurada de la veracidad de dicha información, incluyendo el detalle del tipo de información entregada y la persona responsable de su entrega por parte de **la empresa**. Los datos expresados en este documento podrán ser verificados por el Fideicomiso Corpei Capital, de tal manera que éste pueda obtener información idónea para el otorgamiento del financiamiento solicitado.*

Esta información será tratada de manera confidencial la misma que no será utilizada para otro propósito que no sea el evaluar y negociar la potencial operación.

Persona que elabora el documento

Representante Legal o Persona Autorizada

Firma

Firma

Nombre:

Nombre:

Cargo:

Cargo:

ANEXO N° 5

ENTREVISTA EMPRESAS

Nombre Empresa:

Tipo de Empresa:

Nombre:

Cargo:

1. ¿Qué es para usted Corpei Capital?
2. ¿Qué servicios de Corpei Capital son los que ha requerido?
3. ¿Conoce sobre el Brokerage de Negocios?
4. ¿Sabe de alguna empresa que asesore para la compra venta de Negocios?
5. ¿Conoce algún empresario que se encuentre interesado en vender su Negocio?
6. ¿Cuáles cree que son las fortalezas y debilidades de Corpei Capital?
7. ¿Cómo evalúa usted los servicios de Corpei Capital?
8. ¿Cómo evalúa usted a los funcionarios de Corpei Capital y el trato que recibe de los mismos?
9. ¿Cree usted que Corpei Capital tiene un buen posicionamiento? ¿Qué recomienda?
10. ¿Qué mejoras recomienda para ser un cliente completamente satisfecho?

ANEXO N° 6**ENTREVISTA TRABAJADOR****Nombre:****Cargo:**

1. ¿Cuántos años trabaja en Corpei Capital?
2. ¿Conoce sobre todos los servicios que Corpei Capital ofrece?
3. ¿Conoce el objetivo de Corpei Capital?
4. ¿Maneja correctamente la página web de la empresa, sabe cómo encontrar información?
5. ¿Conoce y ejecuta correctamente los procesos del manejo de información en la prestación de un servicio?
6. ¿Cumple con los tiempos establecidos para la entrega de su trabajo?
7. ¿En una palabra cómo describiría el ambiente de trabajo en Corpei Capital?
8. ¿Cree usted que la localización de Corpei tanto en Quito como en Guayaquil es la adecuada para el desarrollo de sus servicios?
9. ¿Cree que Corpei Capital tiene buen posicionamiento en el mercado?
10. ¿Considera se deberían dar constantes capacitaciones enfocadas al Servicio al cliente?
11. ¿Para la implementación de un nuevo servicio considera necesario hacer un estudio de mercado?

ANEXO N° 7**ENCUESTA**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Fideicomiso Corpei Capital promueve y acelerara la puesta en marcha de negocios desde una óptica financiera no convencional, fomentando el crecimiento empresarial, gestionando mejoras en sus estrategias financieras, de control y ampliación de mercado a nivel nacional e internacional. La siguiente es una encuesta para la ampliación de la línea de servicios financieros del Fideicomiso Corpei Capital con la implementación del Brokerage de Negocios para Pymes en el 2015. Gracias por su colaboración:

Nombre:.....

Empresa:.....

Tipo de Actividad:.....

Cargo:.....

Fecha:.....

Tamaño de Empresa: **De 10 a 49 empleados**

De 50 a 99 empleados

1. ¿Conoce usted sobre los servicios financieros que Corpei Capital Ofrece?

Si

No

2. ¿Cuáles son los servicios que ha requerido?

Factoring

Inversión de Capital

Promotor de Negocios

3. ¿En que estaría interesado, si contrata el asesoramiento para la optimización de su empresa?

Consultoría de Desarrollo de Negocio

Soluciones de Marketing y Ventas

Asesoría y Gestión de Empresas

Otro.....

4. ¿Qué aspectos considera importantes del Asesor?

Experiencia

Posicionamiento

Manejo de las nuevas tecnologías

Poder adaptar las soluciones a las circunstancias del cliente

5. ¿Sabe que es el Brokerage de Negocios?

Actúa como intermediario para la Compra y Venta de Negocios.

Comprar y Vender Acciones

Corredor de Bolsa

Desconoce

6. ¿Por qué razón estaría interesado en la venta de su negocio?

Falta de Liquidez

No poder seguir creciendo como empresa

Sucesión Familiar

Cansancio o aburrimiento del negocio

Preferencia personal de retirarse o cambiar su estilo de vida

7. ¿Por qué razón estaría interesado en la compra de un negocio?

Estrategia Empresarial

Competencia

Planes de emprender otros negocios en otra industria.

Mejora de Tecnología y Procesos

Inversión

8. ¿Qué porcentaje sobre el valor total de la venta de su negocio estaría dispuesto a pagar por el asesoramiento?

10%

15%

20%

9. ¿Conoce otra empresa que brinde los servicios de Brokerage de Negocios?

Si

No

Cual ?.....