



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**  
**ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MENCIÓN: GESTIÓN DE PROYECTOS**

*Resolución: RPC-SO-14-No.287-2020*

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER**

**Título del trabajo:**

MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE RESGUARDO DE INFORMACION DE LAS ENTIDADES BANCARIAS DEL ECUADOR

**Línea de Investigación:**

Gestión administrativa y sociedad

**Campo amplio de conocimiento:**

Administración

**Autor/a:**

Santiago Fernando Quilachamin Simbaña

**Tutor/a:**

Arturo Paredes Recalde

**Quito – Ecuador**

**2021**

## APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Arturo Paredes Recalde con C.I: 1708525728 en mi calidad de Tutor del trabajo de investigación titulado: MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE RESGUARDO DE INFORMACION DE LAS ENTIDADES BANCARIAS DEL ECUADOR.

Elaborado por: Santiago Fernando Quilachamin Simbaña, de C.I: 1717763567, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas, mención: Gestión de Proyectos de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 29 de septiembre del 2021

---

**Firma**

## Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR .....	1
Tabla de contenidos .....	2
INFORMACIÓN GENERAL .....	5
Contextualización del tema .....	5
Pregunta Problemática .....	5
Objetivo general .....	5
Objetivos específicos .....	5
Beneficiarios directos: .....	6
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	7
1.1. Contextualización de fundamentos teóricos .....	7
1.2. Problema a resolver .....	7
1.3. Proceso de investigación .....	7
1.4. La vinculación con la sociedad .....	9
1.5. Los indicadores de resultados .....	9
CAPÍTULO II: PROPUESTA .....	10
2.1. Fundamentos teóricos aplicados .....	10
2.2. Descripción de la propuesta .....	12
2.3. Matriz de articulación .....	41
CONCLUSIONES .....	42
RECOMENDACIONES .....	43
BIBLIOGRAFÍA .....	44
ANEXOS .....	45

## Índice de tablas

Tabla 1. Indicadores a evaluar en el modelo de negocio.....	9
Tabla 2 Localización de la Empresa .....	14
Tabla 3 Material / Equipo.....	19
Tabla 4 Proyección de gastos a 12 meses.....	20
Tabla 5 Planes con el costo de ganancia .....	20
Tabla 6 Costo de Ganancia anual por 10 licencias.....	21
Tabla 7 Ganancia anual libre de gastos .....	21
Tabla 8.Detalle de resultados de acceso a la plataforma de resguardo de información .....	22
Tabla 9.Detalle de preguntas de calidad .....	23
Tabla 10 Variable de Clasificación de Tamaño de empresa.....	25
Tabla 11 Estructura de Empresas en el Ecuador.....	26
Tabla 12 Entidades bancarias y su % en el mercado .....	27
Tabla 13 Análisis FODA.....	28
Tabla 14 Medio de transporte Ventajas - desventajas .....	31
Tabla 15 Mecanismos de fijación de precios.....	33
Tabla 16. Descripción de perfil de validadores.....	39
Tabla 17 Criterios de Evaluación .....	40
Tabla 18. Matriz de articulación .....	41

## Índice de figuras

Figura 1. Modelo de Negocios Oscarwalder .....	10
Figura 2 Estructura de la Empresa.....	13
Figura 3 Ubicación Oficina .....	14
Figura 4 Plataforma de Acceso .....	22
Figura 5 Estructura General del Modelo.....	24
Figura 6. Estructura de la Propuesta .....	24
Figura 7 Segmentos de cliente .....	25
Figura 8 Estructura de Empresas en el Ecuador .....	26
Figura 9 Propuesta de Valor .....	28
Figura 10 Canales de distribución y comunicación.....	30
Figura 11 Relación con los clientes .....	32
Figura 12 Diseño de Modelos de Negocio .....	32
Figura 13 Recursos clave .....	34
Figura 14 Prototipo de oficina .....	35
Figura 15 Actividades clave .....	36
Figura 16 Socios Claves .....	37
Figura 17 Estructura de costos .....	37

## INFORMACIÓN GENERAL

### Contextualización del tema

Amazon Simple Storage Service brinda herramientas para almacenamiento que permiten crecer. Las mismas que garantizan acceso al uso de los datos, disponibilidad y cuentan con alta garantía de servicios.

La norma 27001 indica: La organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar de manera continua un sistema de gestión de la seguridad de la información, de acuerdo con los requisitos de esta norma internacional (Pineda, 2016).

Una empresa de servicios de resguardo de información de las entidades bancarias del Ecuador parte de la necesidad actual para mantener la información de las personas ante algún evento interno o externo que pueda afectar a las entidades que hagan uso de estas con el objetivo que lo tengan disponibles y seguras debido que en la actualidad existen varios riesgos frente al manejo de la información. Los activos que tienen más importancia es la información de una empresa la cual es intangible, que muchas de los ciberdelincuentes están prestos a manipular y hacer hurto de los mismos, por lo que hay que tener en cuenta el resguardo de las mismas.

En el presente proyecto se utilizara el análisis FODA, estrategias de negocios y estrategias de marketing, que se enfocaran en un modelo de negocios para creación de una empresa de servicios de resguardo de información.

### Pregunta Problemática

¿Cómo diseñar un modelo de negocios para la creación de una empresa de servicios de resguardo de información de las entidades bancarias del Ecuador?

### Objetivo general

Diseñar un modelo de negocio para la creación de una empresa de servicios de resguardo de información de las entidades bancarias del Ecuador.

### Objetivos específicos

- Contextualizar los fundamentos teóricos relacionados al resguardo de información.
- Diagnosticar la situación actual del resguardo de las entidades financieras utilizando herramientas de investigación.
- Elaborar una propuesta que permita resguardar la información mediante el uso de herramientas tecnológicas en la actualidad.
- Validar a través de criterio de especialistas la factibilidad que tendrá el proyecto.

**Beneficiarios directos:**

El presente proyecto serán la comunidad y la sociedad, ya que actualmente existe mucha incertidumbre en el tema de confidencialidad, y manejo de la información que se entrega a varias empresas para la compra o la adquisición de un servicio.

Otros beneficiarios directos serían las entidades bancarias que en la actualidad manejan toda la información personal, la misma que debe ser almacenada de forma segura que de existir algún problema por temas tecnológicos no se pierda, y más aún se mantenga y garantice su acceso.

## **CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

### **1.1. Contextualización de fundamentos teóricos**

Cuando tienen interés las empresas en participar en la administración de la información personal, surge la necesidad de resguardar por varios métodos o formas, las cuales garanticen la disponibilidad y acceso de las mismas. Para estos hay que tener claro los futuros contratiempos que puedan presentarse. No es fácil, pero existen varias estrategias que nos permiten tener una visión clara a nuestro fin.

Osterwalder comenta (Osterwalder, 2010): “Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que, mediante un conjunto de elementos y sus relaciones, permite expresar la lógica mediante la cual una compañía intenta ganar dinero generando y ofreciendo valor a uno o varios segmentos de clientes, la arquitectura de la firma, su red de aliados para crear, mercadear y entregar este valor, y el capital relacional para generar fuentes de ingresos rentables y sostenibles”.

Permite detallar de manera más lógica las organizaciones, de tal forma puedan crear y agregar valor. El modelo de negocios en su proceso de diseño forma parte de la estrategia de negocios, por lo cual es muy importante para conocer más a fondo como funciona una empresa, tanto sus fortalezas y debilidades.

### **1.2. Problema a resolver**

El presente proyecto tiene como objetivo principal, dar una alternativa a las entidades bancarias. Las cuales deben mantener la información de forma segura y disponible, libre de cualquier tipo de problemas, sean estos físicos o tecnológicos que provoquen el acceso a la misma.

Así también buscar una oportunidad de mejora al crear una empresa la cual debe tener presente que deberá mantener el control y el manejo de la privacidad de la información que se maneja en una entidad bancaria.

### **1.3. Proceso de investigación**

En los modelos de negocios que actualmente tienen muchas propuestas técnicas, se deberán alinear en distintos paradigmas que brindan una perspectiva, de cómo se concibe nuestra realidad en la empresa. Hoy en día se considera que el principal paradigma es el constructivista. Así se considera que la investigación empresarial en el enfoque cuantitativo. Las estrategias que se adoptaran con la finalidad de dar respuestas a las preguntas que se definen en la investigación, deben lograr los objetivos establecidos y validar las preguntas científicas formuladas, siguiendo el enfoque indicado anteriormente se propone los métodos en la investigación cuantitativa. Las medidas que se dan en el campo de la gestión de solicitudes del cliente con cada una de las dimensiones, dependen de cómo



se concibe la necesidad, desde que paradigma se parte tienden a guiar las acciones que promovemos y dan los resultados esperados.

El enfoque cuantitativo inicia del supuesto de que todos los datos son cuantificables. Para lo cual se apoya en los fundamentos positivistas, cuya tendencia externa de la realidad, es la concentración del análisis. Entre las características de la investigación tenemos las siguientes:

Tiende a reducir sus ámbitos de gestión, utilizará técnicas estadísticas para la definición de muestras, análisis de datos y generalización de resultados. De tal manera utilizar instrumentos muy estructurados y estandarizados, tales como cuestionarios, encuestas, entrevistas entre otras y enfatiza la observación de resultados.

Se menciona que la población, de acuerdo al punto de vista estadístico, la población puede estar tomada en cuenta en varios conjuntos de elementos de los cuales se va a investigar y conocer sus características, una o varias de ellas, y para los cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación. *“También se puede definir como el conjunto de datos acerca de unidades de análisis (individuos, objetos) en relación a una misma característica, propiedad o atributo (variable)”* (González R. S., 2018). La unidad de investigación serán las entidades bancarias de Ecuador. Las cuales brinda servicio a los habitantes y manejan toda su información.

Unidad de estudio: Entidades bancarias del Ecuador su necesidad de resguardar la información y tener acceso a la misma.

El análisis de datos y la investigación de proyectos, se deben discriminar en muchos casos, indica el grupo de personas con detalles similares, cometidos al estudio y agrupados hace referencia a una acción llamada muestra. La muestra cumple un papel principal, debido a que enmarca la conducta del entorno. Según (González R. S., 2018) menciona, *“De las muestras obtenidas se tiene la información, para el estudio y desarrollo sobre la cual se realizará la medición y la consecuente observación de las variables que serán estudiadas por el grupo de investigador”*.

A hora se hablará de las muestras intencionales, Según (Morphol, 2017) indica, *“son no probabilísticas y permite seleccionar casos característicos de una población limitando la muestra sólo a estos casos. Se utiliza en escenarios en las que la población es muy variable y consiguientemente la muestra es muy pequeña y de fácil acceso”*. Se tomarán el número de entidades bancarias que existan en el Ecuador.

*“La entrevista informal: es la generación espontánea de preguntas en el flujo natural de una interacción. Este tipo de entrevista es adecuado cuando el evaluador desea mantener la mayor flexibilidad posible para poder guiar las preguntas hacia la dirección que parezca la más adecuada, según la información que surja en una conversación con una o más personas”* (Iñiguez, 2017).

**Tabla 1.**

*Indicadores a evaluar en el modelo de negocio*

---

<b>AREAS</b>	<b>INDICADORES</b>
Recurso	Valor humano el cual va a formar parte como medio de gestión, recolección e impartir la información.
Comunicación	Medio con los cuales se pretende llegar e informar sobre el producto que se está presentando.
Logística	Personal involucrado y medio de movilización
Tecnología	Manejo de la información y e identificar en la actualidad la que garanticen el uso y la disponibilidad de la misma.
Costos	Revisar si el proyecto es factible relacionándola realidad y el mercado en el cual se desarrolle.

---

**Fuente:** Elaboración propia

#### **1.4. La vinculación con la sociedad**

El proyecto se lo utilizará para brindar servicios a toda la población la cual hace uso de las entidades bancarias, entregando sus datos personales con el objetivo de solicitar un servicio financiero. De igual forma se debe controlar el acceso y disponibilidad de la información de las personas. Tomando en cuenta que la misma es única e intransferible, la cual debe estar totalmente garantizada el uso y disponibilidad de la misma.

#### **1.5. Los indicadores de resultados**

Se describen los indicadores a evaluar, ver Tabla1.

## CAPÍTULO II: PROPUESTA

### 2.1. Fundamentos teóricos aplicados

“El modelo de Osterwalder detalla diagrama como “canvas” constituido una estructura de 9 bloques para conocer el detalle de la organización, en la que se aplicara el modelo de las diferentes maneras de rentabilidad dentro de la industria ver en la Figura 1.

#### Business Model Design - Diseño de Modelos de Negocio



Figura | 1. Modelo de Negocios Oscarwalder

Fuente: Libro: Generación Modelos de Negocio Oscarwalder

#### Oscarwalder modelos de negocios componentes.

- **Segmentos del mercado**

Se debe estudiar el mercado al cual el producto está enfocado, tomando en cuenta, cada uno de sus grupos poblacionales o segmentos de clientes que se atenderá con el producto

- **Propuesta de valor**

“Se debe describir la propuesta que les dará a los clientes con el producto, aquí nos enfocaremos en cuatro puntos primarios al desarrollarlo”:

- Los problemas que se le resuelve a las entidades bancarias.
- Las necesidades que se resolverá.
- Qué valor proporcionara a los clientes.
- Existirán varias propuestas

### **3. Canales de distribución**

“Se deberá enfocarse en la cuarta “P” “la plaza”, aquí se analizar la forma que se tendrá para repartir el producto, para que así pueda llegar a al cliente final de forma eficiente, por lo cual se centrara en 3 puntos principales”:

- “La manera actualmente en el mercado como se distribuye.
- El segmento de mercado debe ser analizado.
- Revisar los canales de distribución y que nos ayuden hacer más eficientes en los costos.

### **4. Relaciones con los clientes**

“Se basa en analizar el tipo de relaciones que se establecerán con las entidades bancarias al momento que adquiera el producto, aquí de analiza cuál es la forma más agresiva y creativa para poder establecer relaciones a largo plazo con los clientes, por lo que deberás evaluar tres puntos principales”:

- El segmento de mercado a definir.
- Evaluar el costo que tendrán al relacionarse con las entidades bancarias, y em medio en el cual se distribuya la información.
- ¿Cómo integrar las relaciones con las entidades bancarias para que funcionen de forma armoniosa con el modelo de negocio?

### **5. Fuentes de ingreso**

Se revisará la propuesta con la innovación en base al costo que se plantee. Se resolverá la siguiente interrogante:

- Que cantidad de dinero pagaría la gente por hacer uso del producto o que se utilice al hacer uso de otro producto similar.

### **6. Recursos clave**

Se deben encontrar recursos físicos, personal intelectual que formen la estructura y que aporte con un valor muy alto para tener éxito.

### **7. Actividades clave**

Se define el proceso o las actividades a realizar para que el producto tenga avance en el mercado y consecuentemente tenga éxito.

### **8. Socios clave**

Se debe analizar los socios que aportan en el incremento del crecimiento de la empresa.

### **9. Estructura de costos**

Se revisa la estrategia con los siguientes puntos:

- Reducir los costos altos.

- Actividades con alto costo.

## **2.2. Descripción de la propuesta**

### **a. Estructura general**

#### **EMPRESA DE SERVICIOS DE RESGUARDO DE INFORMACIÓN DE LAS ENTIDADES BANCARIAS DEL ECUADOR**

Está enfocada a dar servicios a las entidades bancarias del Ecuador. Abarcando un sector muy importante que hoy en día se ha vuelto de igual manera vulnerable por el tema de los ataques por medio del internet, los cuales usurpan la información y la da un mal uso.

#### **Misión**

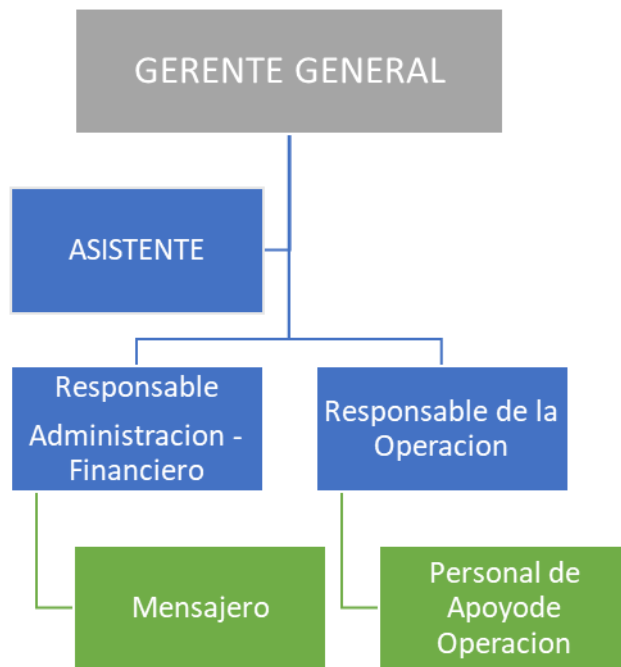
Buscar la excelencia en la prestación de servicios de resguardo de la información, utilizando tecnología y estándares de confiabilidad que garanticen la seguridad de la información de los clientes.

#### **Visión**

Ser la mejor alternativa y consolidar al Ecuador a través de la provisión de servicios de resguardo de la información utilizando tecnología de punta.

#### **Estructura**

La empresa cuenta actualmente con seis personas que trabajan, el gerente, operaciones, área administrativa y financiera, soporte, mensajero y asistente. A continuación, el detallado por la gerencia ver Figura 2.



**Figura 2** Estructura de la Empresa

**Fuente:** Propia

**Talento Humano:** “El Gerente G y el Responsable Administrativo - Financiero cuentan con títulos de universitarios y experiencia laboral de largo seguimiento.

“**El Responsable de la Administración** y parte financiera se encarga de las compras, suministros, pagos y obligaciones.

“**Tecnología**, equipamiento e infraestructura La Compañía cuenta con hardware y software básico para las funciones diarias de una oficina.

#### **Valores Institucionales**

Ética.- Se refleja en las acciones realizadas.

Compromiso.- Principalmente a los clientes con el trabajo realizado.

Calidad.- Productos que el cliente este satisfecho.

Desarrollo Humano.- Porque son la base de toda organización.

Competitividad.- Día a día.

Servicio al cliente.- Las más adecuada y respetuosa.

#### **Ubicación**

La empresa estará ubicada en la siguiente localización.

**Tabla 2** Localización de la Empresa

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Coordenadas	0°08'46.7"S 78°28'04.5"W -0.146313, -78.467906
Especificaciones	Oficina

**Fuente:** Registro y/o rectificación de Ubicación Geográfica y Frente de lote en el Distrito Metropolitano de Quito



**Figura 3** Ubicación Oficina

**Fuente:** Ubicación Google Maps

## Requisitos Legales

### I. Reserva de dominio

Se va a reservar el dominio Resguardo Bancario, on línea en la página web de la Superintendencia de Compañías.

### II. Gestionar Estatus

Se crea el contrato el cual se registrá la empresa. Para esto, es conveniente realizar este documento con asesoría legal. Además, el abogado firmara la minuta que se elabore.

### **III. Abrir una cuenta**

Se debe abrir una cuenta en una entidad bancaria para que se realice el pago en la misma.

### **IV. Elevar a escritura pública**

Se debe notaria recibe la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos. Se debe tomar en cuenta los costos de los servicios del notario con respecto al trámite a realizar.

### **V. Aprobar el estatuto**

Paso seguido, ingresa en la Superintendencia de Compañías la escritura pública para su revisión aprobación y revisión.

### **VI. Publicar en un diario**

Al momento de crear la empresa la Superintendencia de Compañías del Ecuador continua con la publicación del extracto de la resolución, en este caso en un diario de circulación nacional”.

### **VII. Obtener permisos municipales**

“Asimismo, dependiendo de la ciudad de domicilio de la empresa se deberá pagar la patente municipal y pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones. ( Quito, Guayaquil)”.

### **VIII. Inscribir la compañía**

En el lugar que nació la empresa, debe ser registrada y se procede a suscribir la sociedad.

### **IX. Realizar la junta general de accionistas**

Una vez inscrita de hace un llamado a la Junta de Accionistas para elegir el representante y su comité.

### **X. Obtener los documentos habilitantes**

“Más adelante, después de la inscripción de la empresa en el Registro Mercantil, la Superintendencia de Compañías emite los documentos para abrir el RUC de la empresa”.

### **XI. Inscribir el nombramiento del representante**

Se hace el nombramiento del administrador y se los inscribe en el Registro Mercantil.

### **XII. Obtener el ruc**

Este documento se lo obtiene en el SRI, entregando lo siguiente:

- Formulario completo.
- La copia y original de la escritura de constitución.
- La copia y original de los nombramientos.
- La copia de cédula y dela papeleta de votación de los involucrados.
- Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite, de ser el caso.



### **XIII. Obtener la carta para el banco**

Una vez registrado el RUC, con el mismo se acerca a la Superintendencia de Compañías para entregar, al banco donde se realiza la apertura de la cuenta, una carta para que permita hacer uso del dinero depositado.

### **ANALISIS EXTERNO ANALISIS PEST**

#### **Variables políticas:**

Mediante el uso de los servicios de cloud resguardamos la información. Pero esto no es una posible solución, ya que hay que determinar varios riesgos.

- Tipos de seguridades.
- Uso de tecnologías.
- Ubicación de los datos.
- Uso de los datos.

#### **Variables económicas**

Es muy importante revisar el PIB, ya que es un factor muy importante que influye en el tema económico. Ya que esto representa el comportamiento del gasto general.

El tema de la pandemia limitó el gasto que se tenía proyectado, pero aun así se debe mantener la propuesta de gastos.

“

#### **Variables sociales**

Se tendrá una mejora en el estilo de vida de las personas, debido a que se existe la facilidad de acceso a la información y confianza de que dicha información no sea manipulada y se mantenga confidencialidad de la misma.

El tema educativo existirá nuevas oportunidades que se generan para que la juventud y posteriores. Ya que se les permita tener la oportunidad de avanzar con el conocimiento que actualmente se tiene. Por la necesidad de uso de nuevas tecnologías.

El tema de género y cultura viene a ser un factor muy importante, porque podemos llegar y cubrir a más lugares como comunidades y sectores que en la actualidad están excluidos. Así de esto algo que podemos utilizar en bien y con mucho beneficio.

Rompe la normativa del uso de los respaldos en equipos físicos que sea venido y se está utilizando en la actualidad. Más aun el uso de la nube garantiza y permite el acceso y disponibilidad de la misma en cualquier parte de mundo. No se limita en una sola área sino de forma general.

También el uso de esta tecnología hoy en día se está abriendo camino, en cual hace que la sociedad avance y que no tenga barreras. De tal manera que podemos competir con otros países haciendo uso de las tecnologías que se manejan hoy en día.

### **Variables tecnológicas**

Las tecnologías que se utilizaran están en la actualizar están en constante evolución haciendo de estas que sean variantes. Esto se lo compensa ya que se va a contratar el servicio de tal manera que sea el más óptimo y el más rentable.

Este tipo de soporte que se da parte del proveedor, al ser remoto hace de este un servicio uno a uno. Haciéndolo rentable y con la visión del uso de nuevas tecnologías que hay en el mercado, así cruzando la brecha tecnología que hay hoy en día.

### **Variables ecológicas**

Al ser un servicio de cloud que no utiliza equipos físicos independientes y su uso es progresivo. No contamina el ambiente ya que dicho equipo es reutilizable, con un tiempo de vida más largo y rentable.

### **Variables legales**

El tema jurídico para proveedores externos, que están bajo ámbitos legales fuera del país suele ser más costoso y riguroso.

El uso de los equipos los cuales van hacer utilizados para el resguardo de la información, hacen uso de licencias. Las cuales con cubiertas por la empresa que ofrecen los servicios. A las cuales se contratará con el objetivo de utilizar el servicio en la nube del resguardo de información.

En caso de auditorías se debe poder constatar que los proveedores cumplan con lo propuesto.

El SLA señal el cumplimiento de la disponibilidad del servicio.

## **ANALISIS INTERNO LAS 5 FUERZAS DE PORTE**

### **INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ACTUAL**

#### **1. Número de competidores y equilibrio entre ellos:**

Dentro del mercado existen varios proveedores que prestan este tipo de servicios los cuales están libres en el mercado y se puede hacer uso de los mismos.

#### **2. Ritmo de crecimiento de la industria:**

Se proyecta en un lapso no mayor a 6 meses en crecer y cubrir más mercado con el fin de abarcar todas las entidades bancarias posibles.

### **3. Barreras de movilidad:**

Al ser un sector muy reducido, se debe tener en cuenta las ventajas, posibilidades y variante que puedan existir. Ya que las entidades bancarias son muy exigentes y no podemos cambiar de mercado, más aún se debe mantenerlo.

### **4. Barreras de salida:**

Siendo este un sector muy rentable y poco explotado, se tiene la visión de abarcarlo en su totalidad.

### **5. Diferenciación de productos:**

En medida que exista más competencia en el mercado, se va distinguir el servicio que se está dando. Siendo más seguro y eficiente de tal manera que permita ser competitivos y más selectivos.

## **COMPETIDORES POTENCIALES**

### **1. Barreras de entrada:**

Al ser un mercado exigente y delicado. No todas las empresas tienen la garantía o garantizan la disponibilidad del servicio que se brinda.

### **2. Diferenciación de producto**

Al iniciar con entidades bancarias fuertes, permite tener una garantía del servicio que se está proporcionando. Esto hace que el competir con otras empresas que brindan el mismo servicio, ellas incrementen sus costos con la finalidad de mejorar su servicio.

### **3. Otros motivos:**

La inversión versus el costo a mediano plazo es alta, lo que no permite que existan otras empresas compitan y que desistan de sus servicios.

## **PRODUCTOS SUSTITUTIVOS**

Existen en el mercado varias empresas que presentan el servicio a menor escala y con costos más reducidos. Provocando que el mercado sea más atractivo por temas de costos. De igual manera ya no solo las empresas ofertar ese tipo de servicios, sino también los proveedores son lo que intentan ingresar al mercado, al ver que este tiene un flujo de costos que pueden competir.

## **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES**

Crear una estrategia con los proveedores más fuertes e influyentes, lo cuales permitan tener una disponibilidad del servicio. A tal punto que no puede ser competitivo con otros proveedores. Teniendo como ventaja costos, disponibilidad de servicios y equipos que no existan en el mercado que permitan brindar el servicio con todas las garantías del caso.

## PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Debido a que el mercado se enfoca a las entidades bancarias. Estas con en su punto de vista económico solventes y debe mostrar a sus clientes seguridad, eficiencia y lo más importante confianza. Se debe brindar un servicio atractivo el cual permita garantizar el consumo del mismo ante otra empresa o proveedor.

## PLAN ECONOMICO

Se detalla a continuación el plan económico:

### 1. Material/Oficina/Gastos varios

Se va a utilizar una oficina en la cual se atenderá a los representantes de las entidades Bancarias y se realizar reunión para definir temas comerciales. Hay que tomar en cuenta que en la actualidad por el tema de la PANDEMIA COVID 17, se está trabajando en forma remota o teletrabajo. Pero la proyección va más allá y abarca cuando todo retorne a la normalidad ver Tabla 3.

**Tabla 3** Material / Equipo

Material /Equipos	Costo \$
Sillas	150,6
Escritorio	400
Papelería	200
Cortinas	120
Laptop	1000
mouse	5
teclado	12
Proyector	1500
Celular	800
Línea telefónica	20 mensuales
Servicios Básicos	30 mensuales
Oficina Propia	0
Movilización	50
Total	4237,6

Fuente: Propia

Uso de los inmuebles proyecto en un periodo de 12 meses, tomando en cuenta los gastos fijos que se tiene ver Tabla 4.

**Tabla 4** Proyección de gastos a 12 meses

<b>Material /Equipos</b>	<b>Proyección (meses)</b>	<b>Costo \$ mensual</b>	<b>Costo \$</b>
Línea telefónica	12	20	240
Servicios Básicos	12	30	360
Movilización	12	50	600
Oficina Propia	12	0	0
Total			1200

**Fuente:** Propia

## 2. Gastos por el uso de la Plataforma a contratar

Se subcontratará lo servicios de la empresa Acronis la cual provee servicios a los usuarios sobre temas de respaldo de información en la nube. Se tiene el siguiente análisis de costo y beneficio proyección a 12 meses ver Tabla 5.

**Tabla 5** Planes con el costo de ganancia

<b>PLANES</b>	<b>Costo (venta)</b>	<b>Costo Neto (mensual)</b>	<b>Costo (ganancia)</b>
Servicio básico Paquete 500gb Soporte 24*7	30	10	20
Servicio medio Paquete 4 Teras Soporte 24*7	210	80	130
Servicio avanzado Paquete 25 Teras Soporte 24*7	1800	500	1300
Servicio por consumo Paquete 1 GB Teras Soporte 24*7	5	1	4

**Fuente:** Propia

Se analiza la proyección con el plan avanzado, tomando que un cliente solicita utilizar durante un año 10 licencias ver Tabla 6.

**Tabla 6** Costo de Ganancia anual por 10 licencias

<b>PLANES</b>	<b>Costo (ganancia)</b>	<b>Tiempo ( meses )</b>	<b>Licencias</b>	<b>Costo (Ganancia)</b>
Servicio medio Paquete 4 Teras Soporte 24*7	<b>130</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>\$15.600,00</b>

**Fuente:** Propia

### **3. Proyección de ganancia con gastos varios**

Se realiza el análisis económico restando los gastos administrativos se tiene una ganancia de 18000\$ libres. Bajo ese resultado el proyecto es rentable y se retornaría la inversión en un lapso de 12 meses (1 año) ver Tabla 7.

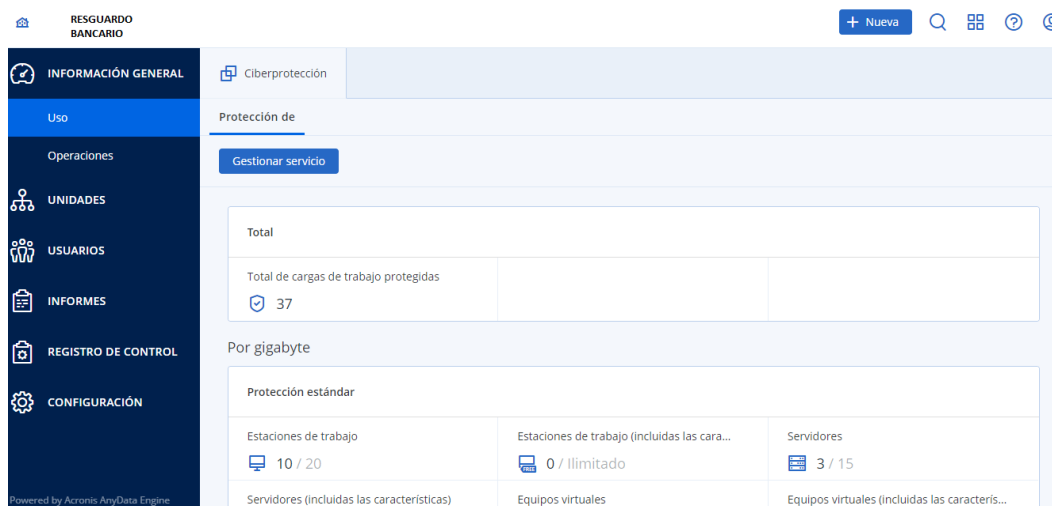
**Tabla 7** Ganancia anual libre de gastos

<b>Ganancia (anual)</b>	<b>Gastos (anual)</b>	<b>Ganancia (anual)</b>
<b>\$19.200,00</b>	<b>\$1.200,00</b>	<b>\$14.400,00</b>

**Fuente:** Propia

### **PLATAFORMA DE ACCESO**

Se tiene la siguiente plataforma para el acceso donde se va a respaldar la información que manejan las entidades bancarias del Ecuador. Dicha plataforma viene dada por la empresa Acronis. La cual es una de las mejores que se tiene en la actualidad y está trabajando en varios países siendo esta la gestión en brindar este servicio a todo el mundo ver Figura 3. Permite el manejo de forma remota y de configuración fácil y accesible.



**Figura 4** Plataforma de Acceso

**Fuente:** Plataforma Acronis

Se realiza las siguientes pruebas a los encargados de las entidades bancarias con el fin de tener contacto con el servicio que se brinda y validar sus resultados, ver Tabla 8.

**Tabla 8.**Detalle de resultados de acceso a la plataforma de resguardo de información

Aplicar	Resultado	Observación
Ingreso a la plataforma	100	
Seguridad de la información que se maneja	100	Depende del cliente
Contenido claro	100	Podria mejorar
Detalles comprensibles	100	Una mejor redacion
Confiablez	100	
Seguimiento	100	

**Fuente:** Propia

Se detalló un banco de 10 preguntas, las mismas que tienen un valor en la escala entre uno a cinco, sea esto indicado por el usuario. La obtención de los resultados system usability scale “SUS”, en caso de las preguntas impares se la hace hecho un cálculo matemático, restando el valor otorgado por el usuario menos Para las preguntas pares se lo hace restado cinco menos el valor de la cada pregunta indicada por el usuario. Se obtiene el resultado principal multiplicando por 2.5 el resultado inicial, ver Tabla 8.

Las preguntas son las siguiente de acuerdo el SUS.

1. ¿Este software lo usaría frecuentemente?
2. ¿Es complejo el software?

3. ¿Es fácil utilizar este software?
4. ¿Es de fácil uso el software o necesito ayuda?
5. ¿Tiene opciones que son muy interesantes?
6. ¿El software es complejo de usarlo?
7. ¿Las personas harán unos del software?
8. ¿Es un sistema complicado de manejarlo?
9. ¿Se tiene seguridad cuando se utiliza el software?
10. ¿Debería ser un experto para hacer uso del software?

Tabla 9. Detalle de preguntas de calidad

No. Preguntas	User 1	Calculo	User 2	Calculo	User 3	Calculo	User 4	Calculo
I	4	3	2	4	3	4	4	3
II	1	5	2	3	2	1	3	2
II	3	2	3	4	2	3	1	1
IV	2	3	2	5	4	3	2	3
V	2	2	3	5	3	1	4	3
VI	2	4	5	3	2	3	3	4
VII	3	4	1	2	4	3	1	3
VII	2	3	2	2	5	4	2	4
IX	3	2	3	4	3	2	4	3
X	1	5	2	3	1	3	2	3
<b>SUS</b>		<b>33</b>		<b>35</b>		<b>27</b>		<b>29</b>
<b>% SATISFACCION</b>		<b>82,5</b>		<b>87,5</b>		<b>67,5</b>		<b>72,5</b>

Fuente: Propia

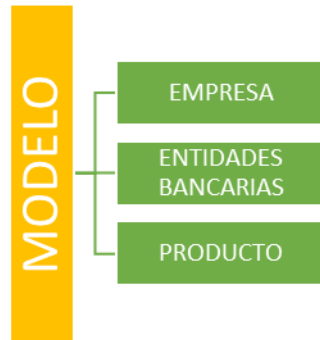
Se observa de la muestra realizada a 4 usuarios de las entidades Bancarias que se encuestaron y su respectivo resultado, se tiene un promedio total de 77,5%, lo cual indica que la plataforma está dentro de un rango aceptable. "Tomando en cuenta que 0% nada aceptable, 50% mediamente aceptable, 75% aceptable y 100% muy aceptable"

El porcentaje de 22,5% se debe a varios factores los cuales se deberían a, la falta de sociabilización hacia una nueva herramienta, la falta de predisposición al manejo de la herramienta.

#### **b. Estructura general**



A continuación se detalla la estructura del modelo de negocio para la creación de una empresa de servicios de resguardo de información de las entidades bancarias ver Figura 5.



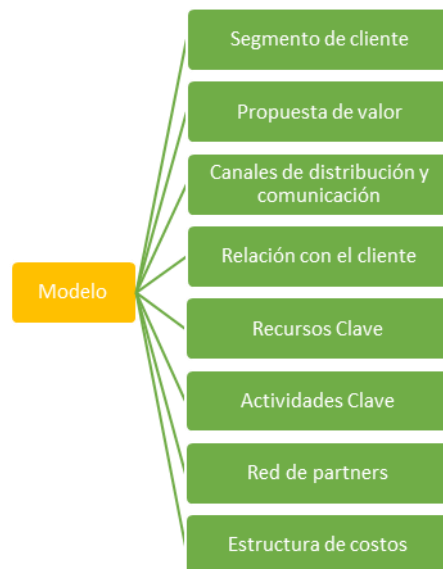
**Figura 5** Estructura General del Modelo

**Fuente:** Propia

### c. Explicación del aporte

A continuación vamos a desarrollar el Modelo de negocio para la creación de una empresa de servicios de resguardo de información de las entidades bancarias del Ecuador basado en el Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

A continuación, vamos a ver la estructura de Oscarwalder. Ver Figura 6

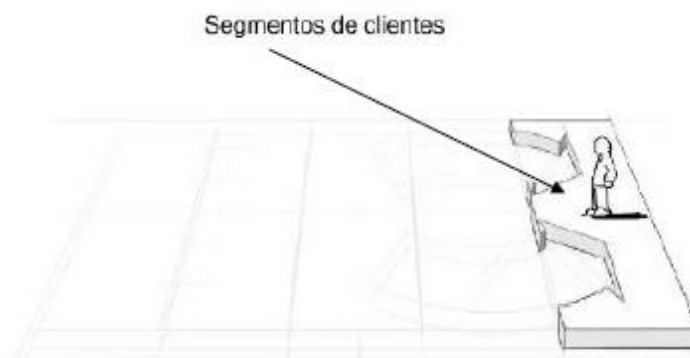


**Figura 6. Estructura de la Propuesta**

**Fuente:** Libro: Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

#### 1. Segmentos del cliente

Como menciona Osterwalter en su modelo, esta detalla la propuesta que propondrá a las entidades bancarias, (productos o servicios) ver Figura 7.



**Figura 7** Segmentos de cliente

**Fuente:** Libro: Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

Hay que tener en cuenta los siguientes puntos:

**a) Los problemas del cliente y su solución.**

El modelo de negocios, cubre las necesidades a los problemas que presenten las entidades bancarias para resguardar la información de las personas y que tengan acceso desde cualquier parte del mundo.

Con los conocimientos, experiencias y uso de tecnologías, se planteará una propuesta y dar respuesta a la problemática para las entidades bancarias, de igual manera en proporcionar de tecnologías que sean más rentables y más seguras.

**b) Necesidades a resolver.**

Este modelo solventara las necesidades, mediante un análisis, el cual permite conocer: las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

**c) Aporte hacia las entidades bancarias que hagan uso del servicio.**

El adicional que tendrán las entidades bancarias al utilizarlo, será el aporte que se está brindando en cada uno de los procesos de para brindar el servicio. De igual forma garantizar el manejo de la información de los mismos.

**d) El producto y sus características.**

Con la práctica y mediante una estrategia de marketing, se considerar el manejo de diferentes estrategias para brindar los servicios a las entidades bancarias.

**Tabla 10** Variable de Clasificación de Tamaño de empresa

EMPRESA	Venta anual (\$)	Personas ocupadas
Grande	5000.001	200 en adelante
Mediana "B"	200.0001 a 5000.001	100 a 199
Mediana "A"	1000.001 a 2000.000	50 a 99
Pequeña	100.001 a 1000.000	10 a 49

Microempresa	< a 100.000	1 a 9
--------------	-------------	-------

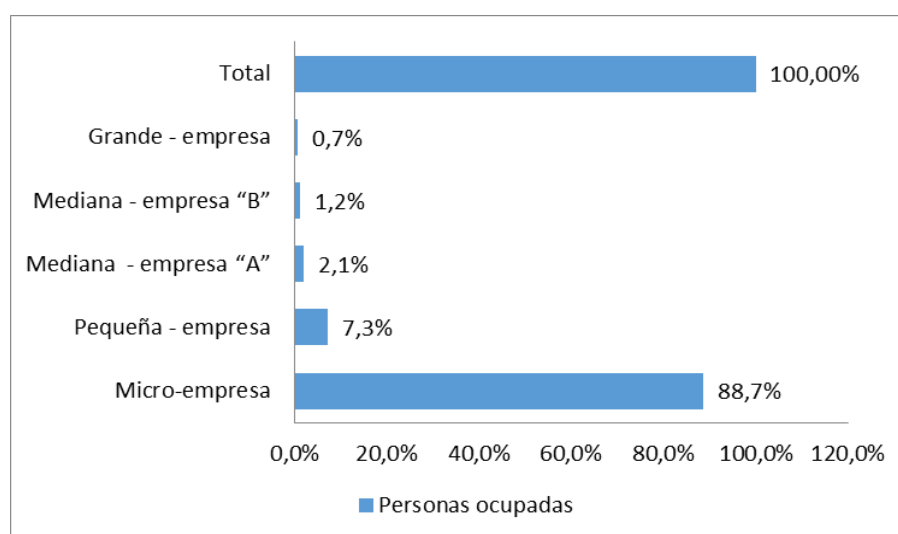
Fuente: INEC “Instituto Nacional de estadísticas y censos”

### 1. Entidades bancarias y la tecnología

De acuerdo al gobierno del Ecuador se tiene el siguiente análisis para definir el tamaño de una empresa. Tomando en cuenta las siguientes variables con respecto al volumen de las ventas anual (V) y el # de personas ocupadas (P), ver Tabla 2.

### 2. Clasificación de las empresas en el Ecuador

Tomando en cuenta la importancia que actualmente tiene la economía del Ecuador, este modelo se enfocara a las empresas de la siguiente manera ver Tabla 10, 11 y Figura 8.



**Figura 8** Estructura de Empresas en el Ecuador

Fuente: INEC “Instituto Nacional de estadísticas y censos”

**Tabla 11** Estructura de Empresas en el Ecuador

Tamaño de Empresa	Número Empresas	Personas ocupadas
Micro-empresa	750.756	88,70%
Pequeña - empresa	64.135	7,3%
Mediana - empresa "A"	8.927	2,1%
Mediana - empresa "B"	5.689	1,2%
Grande - empresa	4.751	0,7%
<b>Total</b>	<b>834.258</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: “Instituto Nacional de estadísticas y censos”

### 3. Criterio de segmentación del mercado

A continuación, se muestra los porcentajes de selección asignados a las entidades bancarias del Ecuador y tener una mejor visión donde debe ser enfocado.

**Tabla 12** Entidades bancarias y su % en el mercado

ENTIDADES BANCARIAS	Porcentaje de mercado
Banco Pacifico	22 %
Banco del Austro	9%
Banco Produbanco	19%
Banco Internacional	17%
Banco Pichincha	41%

Fuente: Propia

La Tabla 12, nos arroja que las entidades bancarias en el Ecuador, las que tiene el más alto porcentaje tienen la necesidad de resguardar la información por la criticidad que esta representa.

### 4. Segmento del Mercado

Dado la cantidad de empresas que tiene la necesidad para tener el resguardo de información es muy importante considerar los siguientes ejes comerciales:

- La información que se maneja.
- Tecnología que se maneja.

### 5. F O D A

Se va a desarrollar un mapa en el cual se revisarán todas las variables que intervengan. Las cuales presentan como Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas ver Tabla 13.

### 2. Propuesta de valor

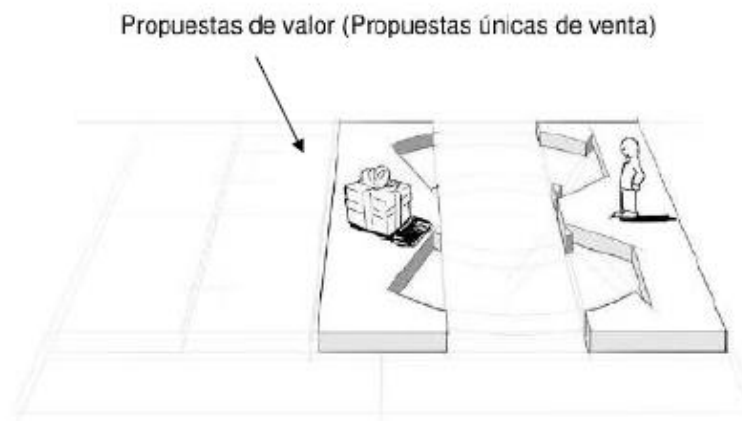
Es una parte de una estrategia, la cual incrementa el valor financiero a largo plazo.

- Formar nuevos espacios sin límites del mercado.
- Tener una visión general.
- Tener 2 estrategias: resolver las necesidades y abrir mercado.

**Tabla 13** Análisis FODA

<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso correcto de los recursos informáticos.</li> <li>• Reducción de riesgos que afectan la disponibilidad, integridad y confiabilidad de la información.</li> <li>• Uso consiente de la información.</li> </ul>	<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta mayor experiencia de manejo de la información.</li> <li>• Aceptación del mercado</li> <li>• Costo de Tecnología.</li> <li>• Confianza de las entidades bancarias.</li> </ul>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Debido a la criticidad de la información de las personas, se la debe resguardar y tener acceso a la misma.</li> <li>• Las entidades bancarias manejan información de las personas, entres más valiosa la información la entidad tiene mayor selectividad.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caducidad tecnológica.</li> <li>• Hackers que vulneran las seguridades de las entidades bancarias.</li> </ul>

Fuente: Propia



**Figura 9** Propuesta de Valor

Fuente: Libro: Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

## 2.2 Elementos

Las entidades bancarias: características o perfil que forman parte de cada mercado objetivo.

- Entidades bancarias sus servicios en nuevos mercados.

- Entidades bancarias mercado variante.
- Entidades bancarias mejora continua.
- Entidades bancarias que buscan diferenciarse de la competencia local.

Entidades bancarias sus necesidades:

- Reducción de costos
- Mantener estabilidad de personal
- Aumento de productividad
- Mercado cambiante
- Aumento de ingresos

Entidades bancarias sus motivaciones:

- Mantenerse en el mercado
- Aumento de productividad y mayor rentabilidad
- Abarcar el mercado.

Producto y sus características.

- El producto debe ser competitivo con el mercado en relaciona otras ofertas.

### **2.3 Estándares de servicio**

A continuación, el detalle:

- El servicio se genera a través del agente de ventas.
- El servicio se realiza por medio de una visita personalizada.
- Una vez dado a conocer el producto se lo entrega con el fin de conocer todo su potencial y con el propósito de cubrir las necesidades.

### **2.4 Fuerza de ventas**

- El agente debe tener el conocimiento de lo que se está ofertando.
- Gestión uno a uno con las entidades bancarias.

### **2.5 Sistema de postventa**

- Analiza los reclamos y de forma ágil maneja las mejoras y nuevas oportunidades.

### **2.6 La satisfacción del cliente**

- Es el resultado que se obtiene al hacer un excelente trabajo y se refleja en la comodidad o confort que un cliente siente hacia un producto. Lo que hace que no producto sea sostenible.

### **2.7 Propuesta de Valor**

Se debe detallar la propuesta de acuerdo a la experiencia que se tiene con respecto al manejo del negocio.

Se considera los siguientes puntos según Carlos Alberto Mejía:

**1.- ¿Cuáles son las motivaciones de compra del cliente y que lo hace permanecer con una marca o proveedor de bienes o servicios determinados?**

- Detección de la necesidad de las entidades bancarias en resguardar la información.
- El servicio y las prestaciones que se brinda.

**2.- ¿Qué esperan los clientes de la institución como propuesta de valor? ¿Como perciben actualmente a la institución en su propuesta de valor?**

- Las entidades bancarias tienen la necesidad de proyección hacia nuevos productos.
- Las entidades bancarias perciben como un aporte el servicio ya que esto, causa confianza en ellas.

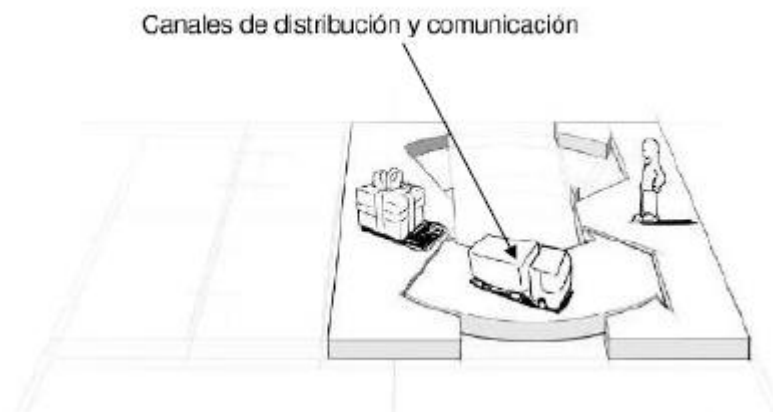
**3.- ¿Qué tan importante es el tipo de relación, personalizada o masiva, que se disponga como parte de la propuesta de valor?**

Hay tomar en cuenta que la relación personalizada hace que sea más útil, por el motivo que es más centrada y específica a las necesidades que se desea desarrollar.

**3. Canales de distribución**

Permiten tener una interacción directa de los servicios que se están brindando tiene 3 componentes, el productor, el usuario y los intermediarios ver Figura 8.

**3.1 Canales de distribución y comunicación.**



**Figura 10** Canales de distribución y comunicación

**Fuente:** Libro: Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

Se analizará la forma con la cual se va a distribuir o exponer el producto a las entidades bancarias. De cumplir lo siguiente:

1. Se comercializará mediante plataforma web.
2. Se comunicará a un mercado específico.

### 3.2 Factores que influyen

Está enfocado al mercado de las entidades bancarias, tomando. Tomando en cuenta el costo y el beneficio. Todo esto en función del proveedor que presta el servicio.

### 3.3 Criterios

Se debe analizar la disponibilidad, la necesidad y el mercado que se necesita cubrir.

### 3.4 Evaluación

Se revisará frecuentemente los resultados con el fin de validar, los aportes que se puedan hacer hacia los clientes en bien de su comodidad y aceptación.

### 3.5 Factores de elección

Se impulsará las ventas con el propósito de incrementar los ingresos. De tal manera poder disminuir los costos y mantener un mayor flujo de dinero.

### 3.6 Criterios para seleccionar el transporte

Se hará el uso de vehículos propios. De esta forma disminuir costo económico. Tomando en cuenta lo siguiente: costo, tiempo en tránsito, confiabilidad, capacidad, asequibilidad y seguridad.

Se detallará el medio de transporte aéreo y terrestre ver Tabla 14.

**Tabla 14** Medio de transporte Ventajas - desventajas

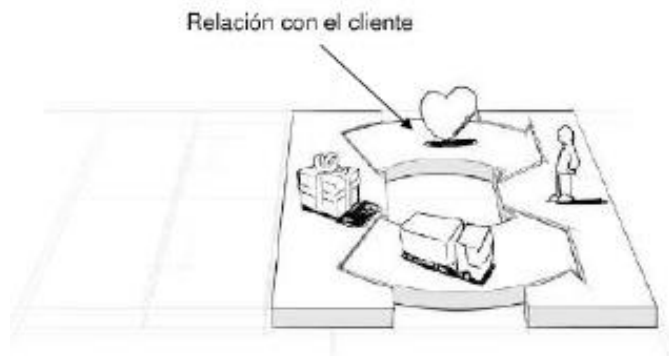
MEDIO DE TRANSPORTE	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Area	Tiempo Ubicación Movilidad	Costo alto Espacio Ambiente climático
Terrestre	Adaptabilidad Tiempo	Costo bajo Espacio moderado Ambiente climático

**Fuente:** Propia

## 4. Relaciones con los clientes

Se va asociar un lazo entre el representante de la entidad bancaria y el producto que vamos a ofrecer. Tomando en cuenta que debe ser creativo y sutil ver Figura 9.





**Figura 11** Relación con los clientes

**Fuente:** Libro: Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

#### 4.1 Tipo de relaciones que esperan recibir las entidades bancarias

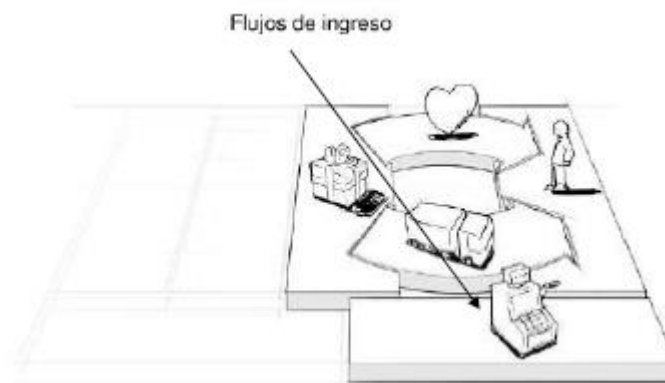
Se detallan las relaciones que deberán establecer.

- La honestidad con el cliente.
- La confianza mutua.
- Hacer bien las cosas para obtener buenos resultados.

#### 4.2 ¿Cómo integrarás las relaciones con los clientes?

Se lo debe realizar de manera ágil, suave y llevadera. A tal punto que el trato y el ambiente que se torne sea agradable. De tal manera se puede formar un ambiente de confianza y seguridad.

### 5. Modelo de ingreso



**Figura 12** Diseño de Modelos de Negocio

**Fuente:** Libro: Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

Osterwalder habla de varias preguntas que permiten contribuir a los ingresos ver Figura 10. El cual señala que se debe responderlas siguientes preguntas:

**1. ¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes “entidades bancarias”?**

Están dispuestos a pagar por el servicio de resguardo de información en la nube.

**2. ¿Por qué pagan actualmente?**

Actualmente tiene un servicio de respaldos interno por medios físico y no tiene un servicio como tal que estén utilizando.

**3. ¿Cómo pagan actualmente?**

El servicio no lo pagan debido a es que parte de su servicio de gestión interna que tiene el departamento de sistemas.

**4. ¿Cómo les gustaría pagar?**

El pago sería por transferencia bancaria.

**5. ¿Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total de ingresos?**

El pago depende las variables de costos que se manejan ver Tabla 15.

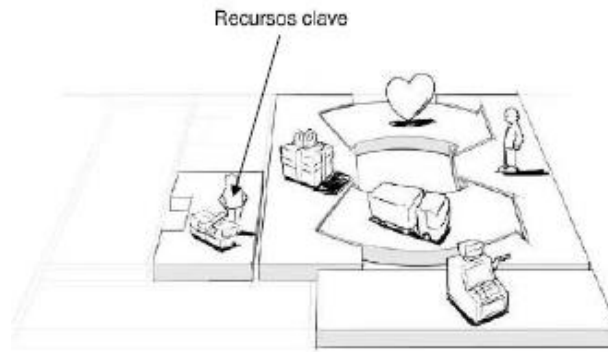
**Tabla 15** Mecanismos de fijación de precios

<b>PLANES</b>	<b>Costo Fijo</b>	<b>Costo Dinámico</b>
Servicio básico Paquete 500gb Soporte 24*7	<b>30 mensual</b>	<b>21 mensual</b>
Servicio medio Paquete 4 Teras Soporte 24*7	<b>210 mensuales</b>	<b>185 mensuales</b>
Servicio avanzado Paquete 25 Teras Soporte 24*7	<b>1800 mensuales</b>	<b>1450 mensuales</b>
Servicio por consumo Paquete 1 GB Teras Soporte 24*7	<b>5 mensuales</b>	<b>3.5 mensuales</b>

**Fuente:** Libro: Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

## 6. Recursos clave

Dejar ver que es indispensable el cumplimiento de su oferta que se presenta ver Figura 13.



**Figura 13** Recursos clave

**Fuente:** Libro: Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

### 6.1 Recursos físicos

Bienes tangibles, las oficinas, vehículos, materiales, personal etc.

### 6.2 Recursos Intelectuales

Bienes intangibles, el conocimiento, la economía, la tecnología etc.

### 6.3 Recursos humanos

El personal que aporta con ideas y proyectos con el fin de tener una mejor visión en bien de la empresa.

### 6.4 Recursos Financieros

Se lo señala como el dinero, bonos, préstamos y los bienes.

- Dinero
- Préstamos
- Depósitos
- Ingresos adicionales

### 6.5 Recursos necesarios para la ejecución

Se detallan lo que se necesita como base para iniciar la empresa ver Figura 14.

#### Medios Físicos

- La oficina

- Equipo de computación
- Internet
- Teléfonos
- Vehículo
- Temas de honorarios

#### **Intelectuales**

- Vendedor
- Manejos de idiomas
- Experiencia laboral

#### **Humanos**

- Vendedor en conocimiento de servicio que se ofrece
- Credibilidad
- Actitud y aptitud de comercio

#### **Financieros**

- Dimensionar un capital que permita solventar la adquisición de todos los componentes.



**Figura 14** Prototipo de oficina

**Fuente:** Elaborada por el autor

### **6.3 Contrato**

Se maneja un contrato, para los empleados con el cual prestan sus servicios ver Anexo 1.

### **7. Actividades clave**



**Figura 15** Actividades clave

**Fuente:** Libro: Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

De acuerdo a Osterwalder, existen tres tipos de actividades claves ver Figura 15.

### **7.1 Producción / Servicio**

Se detalla las actividades a realizar:

- Validar que entidades bancarias pueden hacer uso del servicio que se está prestando.
- Validar el comportamiento de la herramienta con acción de mejora.

### **7.2 Solución de problemas**

Se detalla las acciones a tomar:

- Brindar asesoría del uso de la herramienta.
- Dar a conocer los servicios que presta la empresa.
- Legar el cliente que sienta confianza en el producto.

### **7.3 Red / plataforma**

Se detalla las acciones a tomar:

- Tener acceso de todo el mundo mediante internet.
- Fácil acceso a la plataforma y sus beneficios.

## **8. Socios clave**



**Figura 16** Socios Claves

**Fuente:** Libro: Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

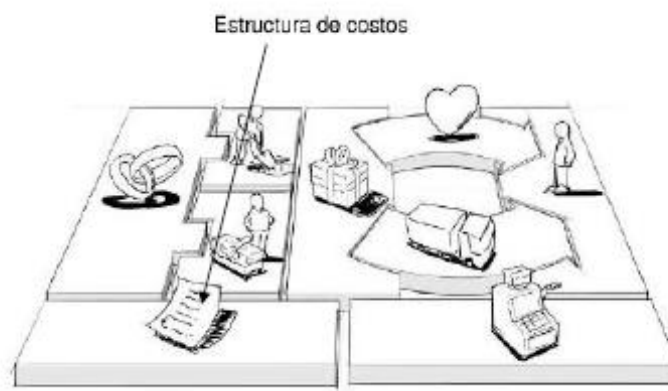
Las alianzas que se formen, será una estrategia muy importante y principal en el proyecto ver Figura 14.

**Competidores.-** Formar cooperación para tener beneficios mutuos

**Formar un negocio nuevo:** Los empleados con el objetivo de crecer, crean empresas paralelas con el fin de abarcar el mercado.

**Distribuidores.-** Se debe asegurar que se tengan una buena estrategia de negocio, con los distribuiremos. De tal manera que permite negociar el producto que se está adquiriendo. Teniendo varios beneficios de servicios y productos. Los cuales se van a ver reflejados en la satisfacción del cliente.

## 9. Costos su estructura



**Figura 17** Estructura de costos

**Fuente:** Libro: Generación de Modelos de Negocio Alexander Oscarwalder

### 9.1 Tipos de Costos

Se validará los más importantes costos.

**Costos Fijos.-** Estos costos serán por los servicios, sin tomar en cuenta la producción o venta.

**Costo variable.-** Dependen de la cantidad de bienes y servicios como:

- Costo persona
- Los proveedores
- Los impuestos específicos
- Ventas y sus comisiones

**Economías de escala.-** “Se tiene una gran ganancia ofertando más servicios y disminuye en costo.

**Economías de Alcance.-** Se tiene un manejo de ventas controladas con alta ganancia.

## 9.2 Análisis y su evaluación

Se va a evaluar lo detallado a continuación:

### 1.- ¿Recursos importante costosos?

Son principalmente los recursos intelectuales y tiene un alto costo y consecuente la estrategia de las alianzas con los proveedores.

### 2.- ¿Reducción?

Se tiene los siguientes recursos:

Recursos físicos viene hacer el tema de transporte.

Recursos intelectuales se revisan el tema de costo por servicio.

“Recursos financieros costo por inicio del proyecto o por variante del mismo.

### 3.- ¿Actividades claves con costo alto?

Se detallan las siguientes:

Estas son:

- Búsqueda, prospección y seguimiento.
- Consolidar lazos los clientes.
- Desarrollo de proyectos cumpliendo tiempos.
- Solventar temas de fondo

### 4.- “¿Costos importantes que van en conjunto?”

Viene hacer la movilización y temas de comunicación para prestar o entregar de los servicios. Durante el proceso de entrada del servicio y estabilidad del mismo.

#### d. Validación de la propuesta

Se procedió a validar este proyecto de investigación con especialistas en Telemática, Ciencias de la Educación, Tecnologías de la Información y Sistemas de Información Gerencial, los mismos que cumplen con el perfil conforme a los siguientes criterios:

- Formación académica relacionada con el tema investigativo.
- Experiencia académica y/o laboral orientada a la gestión administrativa.
- Motivación para participar.

La siguiente Tabla 16 presenta información detallada de los actores seleccionados para la validación del modelo.

**Tabla 16.** Descripción de perfil de validadores.

Nombres y Apellidos	Años de experiencia	Titulación Académica	Cargo
Fidel David Parra Balza	5 años	Phd. Ciencias de la Educación	Docente, Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
Jonathan Xavier Zapata Calderon	5 años	Máster en Tecnologías de la Información	Ingeniero DATA CENTER BOC
Jose Javier Escobar Rodriguez	8 años	Máster en Tecnologías de la Información	Jefatura departamental Región Quito
Juan David Chimarro Amaguaña	4 años	Máster en Telemática	Docente en el Instituto Superior Tecnológico Nelson Torres
Omar Rolando Quimbita Chiluisa	5 años	Magister en Sistemas de Información Gerencial	Docente Invitado ESPE

**Fuente:** Elaboración propia

A continuación, se especifican los criterios de evaluación ver Tabla 17.



**Tabla 17** Criterios de Evaluación

Criterios	Descripción
Impacto	Representa el alcance que tendrá el modelo de gestión y su representatividad en la generación de valor público.
Aplicabilidad	La capacidad de implementación del modelo considerando que los contenidos de la propuesta sean aplicables
Conceptualización	Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías propias de la gestión por resultados de manera sistémica y articulada.
Actualidad	Los contenidos de la propuesta consideran los procedimientos actuales y los cambios científicos y tecnológicos que se producen en la nueva gestión pública.
Calidad Técnica	Miden los atributos cualitativos del contenido de la propuesta.
Factibilidad	Nivel de utilización del modelo propuesto por parte de la Entidad.
Pertinencia	Los contenidos de la propuesta son conducentes, concernientes y convenientes para solucionar el problema planteado.

**Fuente:** Elaboración propia

Para cada uno de los criterios descritos, se consideró una escala cualitativa para su evaluación, según el nivel de importancia y representatividad, en el siguiente orden:

- En total desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De Acuerdo
- Totalmente Acuerdo

### **Resultados de la validación**

El 100% está totalmente de acuerdo que las estrategias propuestas tendrán un impacto positivo en la generación de valor público, su nivel de aplicabilidad, factibilidad y calidad desde la óptica técnico-científica, ya que consideran un aporte innovador para la investigación del resguardo de información de las entidades bancarias del Ecuador, que no han sido implementados en la actualidad, los cuales darían una solución al problema planteado en este proyecto; así mismo, el 100% afirma estar totalmente de acuerdo que la propuesta presenta contenidos y marcos normativos actuales.

### 2.3. Matriz de articulación

En la presente matriz se sintetiza la articulación del producto realizado con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos-técnicos y tecnológicos empleados.

**Tabla 18.**

*Matriz de articulación*

<b>EJES O PARTES PRINCIPALES</b>	<b>SUSTENTO TEÓRICO</b>	<b>SUSTENTO METODOLÓGICO</b>	<b>ESTRATEGIAS / TÉCNICAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>CLASIFICACIÓN TIC</b>
<b>Modelo</b>	<b>Modelo de Oscarwalder</b>	Analítico	Abarcar las entidades bancarias más fuertes haciendo de este su punto principal.	El modelo es rentable por los costos que se obtiene de las ganancias netas.	Internet Nube

**Fuente:** Elaboración propia

## CONCLUSIONES

- Los fundamentos teóricos y metodológicos incidieron positivamente en el proceso de formulación del modelo de negocio para la creación de una empresa de servicios de resguardo de información de las entidades bancarias del Ecuador.
- Se determina que al establecer el modelo de negocio para la creación de una empresa de servicios de resguardo de información. Cubrió de manera global las necesidades de las entidades bancarias, en tener una mejor gestión de sus solicitudes y en conocer de forma más detallada sus servicios.
- La Generación de modelos de negocios de Oscarwalder permite en la cual se basa el modelo. Cubre todas las aristas que necesitan las entidades bancarias en su necesidad del resguardo de información.
- El interactuar por medio de comunicación como internet, nos permite llegar a las entidades bancarias con mayor facilidad. Para poder transmitir el modelo que resguarda la información haciéndola de esta segura y accesible. Protegida de los posibles riesgos como son los hackers y desastres físicos que puedan limitar su disponibilidad.

## RECOMENDACIONES

- Se puede aplicar otro tipo de teorías, metodologías que permitirían tener una mejor visión del modelo de negocio para la creación de una empresa de servicios de resguardo de información.
- Dar más información a las entidades bancarias sobre el resguardo de información, para que tengan una tranquilidad y permita el manejo y un mayor acercamiento sobre el servicio que se está brindando.
- Existen varios modelos de negocios de varios autores, los cuales se puede implementar y que se adapte en el modelo de resguardo.
- La interacción con tecnologías y el uso de las mismas hacer que se tenga una cierta incertidumbre sobre el tema de privacidad de la información. Para esto se debe revisar con que otras empresas se trabajara y validar su confiabilidad y seriedad. De tal manera garantizar la seguridad del servicio que se provee.

## BIBLIOGRAFÍA

### Trabajos citados

- Amazon S3. (2021). Obtenido de Amazon S3: [https://aws.amazon.com/es/s3/?sc\\_channel=PS&sc\\_campaign=acquisition\\_LATAM&sc\\_publisher=google&sc\\_medium=ACQ-P%7CPS-GO%7CNon-Brand%7CDesktop%7CSU%7CStorage%7CS3%7CLATAM%7CES%7CText&sc\\_content=cloud\\_storage\\_bmm&sc\\_detail=%2Balmacenamiento%20%2Bnube&sc\\_categ](https://aws.amazon.com/es/s3/?sc_channel=PS&sc_campaign=acquisition_LATAM&sc_publisher=google&sc_medium=ACQ-P%7CPS-GO%7CNon-Brand%7CDesktop%7CSU%7CStorage%7CS3%7CLATAM%7CES%7CText&sc_content=cloud_storage_bmm&sc_detail=%2Balmacenamiento%20%2Bnube&sc_categ)
- Goldfinger. (1997).
- Kerlinger, F. (2002). INVESTIGACION DEL COMPORTAMIENTO. En F. Kerlinger, *INVESTIGACION DEL COMPORTAMIENTO. METODOS DE INVESTIGACION EN CIENCIAS SOCIALES*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Kotler. (2012). Direccion de Marjeting. En Kotler, *Direccion de Marjeting*. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Lanning, M. J. (1998). Entrega de valor rentable: un marco revolucionario para acelerar el crecimiento, generar riqueza y redescubrir el corazón de los negocios. En M. J. Lanning, *Entrega de valor rentable: un marco revolucionario para acelerar el crecimiento, generar riqueza y redescubrir el corazón de los negocios*. Capstone.
- Osterwalder, A. (2010). Generacion de modelos de negocios. En A. Osterwalder, *Generacion de modelo de negocios* (pág. 15). Barcelona: Tim Clarck. Obtenido de Generacion de modelo de negocios: <https://cecma.com.ar/wp-content/uploads/2019/04/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>
- Pineda, D. G. (2016). *REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE LA NORMA ISO 27001 Y SUS*. Obtenido de REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE LA NORMA ISO 27001 Y SUS: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/22099/2016davidbenitez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## ANEXOS

### CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES

En la ciudad de Quito, a los ..... días del mes de ..... de 2012 se conviene en celebrar el presente contrato de PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES entre: la señora ..... en su calidad de Gerente y como tal Representante Legal de la compañía ..... A quien en adelante se le denominará simplemente “ LA CONTRATANTE “ y por otra parte el Señor ....., portador de la cédula de ciudadanía No.. ..... por sus propios derechos a quién en adelante se lo denominarpa simplemente “EL PROFESIONAL”. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en el Distrito Metropolitano de Quito, y en goce de su capacidad civil para ejercer derechos y contraer obligaciones, quienes libre y voluntariamente convienen suscribir éste contrato de servicios profesionales contenido en las siguientes cláusulas:

#### PRIMERA.- ANTECEDENTES:

1.1....., es una compañía legalmente constituida, que presta servicios completos de asesoría contable, dentro de los marcos de la ética, la moral, la justicia y el derecho, circunscrito con las inquietudes y necesidades de quienes han solicitado nuestros servicios profesionales.

1.2. “LA CONTRATANTE” requiere contratar los servicios de un profesional en contabilidad, para la asesoría puntual en determinados procesos de auditoría interna y externa.

1.3. “EL PROFESIONAL” posee el título de tercer nivel en Administración de empresas y Auditoría, además justifica una amplia experiencia en procesos de asesoramiento contable y de auditorías.

#### TERCERA.- PRESTACIÓN DE SERVICIOS:

Con los antecedentes previamente expuestos, EL CONTRATANTE contrata los servicios profesionales del ING. ....., quien por su parte, se compromete a prestar sus servicios de consultoría contable, asistencia en auditorías internas y externas, en todos aquellos casos que le sean entregados por la compañía contratante, Adicionalmente, incluye también si fuera del caso el mantenimiento de reuniones, procesamiento de documentos, entre otros, hasta que el proceso para llevar a cabo la auditoría termine completamente.

#### CUARTA.- HONORARIOS:

4.1) Por la asesoría contable que EL PROFESIONAL prestará a EL CONTRATANTE las mismas que se hallan detalladas en la cláusula precedente, se compromete a cancelar por concepto de honorarios profesionales la suma de ..... DOLARES AMERICANOS (US\$ .....) mensuales. Este pago lo realizará en moneda de curso legal, mediante cheque o transferencia bancaria, previa a la entrega de la respectiva factura

#### QUINTA.- HORARIO:

Dada la naturaleza del presente contrato, EL PROFESIONAL no está sujeto a un horario fijo, ni lugar

de trabajo, en razón de que no existe ningún vínculo de dependencia entre las partes. No obstante, EL PROFESIONAL atenderá con suma diligencia y de manera oportuna los requerimientos de LA CONTRATANTE

**SEXTA.- VIGENCIA DEL CONTRATO:**

El presente contrato tendrá un plazo de duración de UN (1) año contados a partir de su suscripción.

**SEPTIMA.- RELACION DE DEPENDENCIA:**

En vista de que el presente Contrato es de naturaleza civil, LA CONTRATANTE no tendrá ninguna obligación laboral, ni patronal ni con EL PROFESIONAL, ni con el personal que éste contrate para la ejecución de este contrato civil, por lo que no están ni se entienden incorporadas al presente Contrato, las disposiciones del Código de Trabajo, ni las demás relativas a este tipo de relaciones. Por tanto, las partes contratantes, no podrán invocar las disposiciones contenidas en las Leyes Laborales en cualquier disputa, interpretación o reclamo que tuvieren.

**OCTAVA.- DIVISIBILIDAD:**

Si cualquier estipulación o conjunto de estas, contenidas en el presente Contrato, se consideraren, nulas o ineficaces, por cualquier motivo que fuera, éstas se entenderán por no escritas, no obstante, este hecho no afectará la validez de las demás disposiciones, emanadas del presente Contrato, peor aún se podrá alegar su derogación o ausencia de obligatoriedad.

**NOVENA.- CONFIDENCIALIDAD:**

Las partes acuerdan que toda la información que proporcionare LA CONTRATANTE a EL PROFESIONAL para la asesoría que éste último prestará, tendrá el carácter de CONFIDENCIAL, por lo que la misma no será susceptible de reproducciones, copias magnéticas o fotostáticas, ni de ninguna otra forma de reproducción, a menos que sea necesario para el cumplimiento del presente Contrato, por lo que EL PROFESIONAL se responsabiliza civil y penalmente por la divulgación, reproducción, traspaso, dispersión o copia total o parcial de la información que LA CONTRATANTE le proporcione. Adicionalmente, la información confidencial incluye, sin limitarse a ello, estrategias, objetivos, políticas, proyectos, prioridades, cronogramas de trabajo, sistemas tecnológicos, manuales, reglamentos, y en general todos los conceptos relacionados, utilizados o desarrollados por LA CONTRATANTE. EL PROFESIONAL será el único responsable de la divulgación no autorizada de la información obtenida durante la ejecución del presente Contrato o como consecuencia del mismo por parte de todos aquellos funcionarios, socios, colaboradores, administradores, dependientes, empleados o compañías que tengan una relación con EL PROFESIONOL, y responderá frente a LA CONTRATANTE por dicha divulgación de información. Será además de exclusiva responsabilidad de EL PROFESIONAL adoptar las medidas o precauciones que crea pertinentes para evitar que las mencionadas personas divulguen la antes referida información. No obstante, EL PROFESIONAL no será responsable de la divulgación de la información confidencial cuando ésta haya sido entregada

por LA CONTRATANTE a EL PROFESIONAL, para a su vez ser entregada a otras personas, compañías u órganos públicos, en cuyo caso esta información perderá el carácter de confidencial. Las prohibiciones, obligaciones y derechos aquí contenidos, estarán vigentes hasta CINCO (5) años después de la finalización del presente Contrato.

**DÉCIMA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:**

Las partes se comprometen a ejecutar de buena fe las obligaciones recíprocas que contraen mediante este Contrato, y a realizar todos los esfuerzos requeridos para superar, de mutuo acuerdo, cualquier controversia. Toda controversia o diferencia derivada de la aplicación, validez, interpretación, nulidad o cumplimiento del presente Contrato será resuelta con la asistencia de un mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, las partes someten sus controversias a la resolución de un Tribunal de Arbitraje que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, el Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito y las siguientes normas:

12.1) UN (1) árbitro será designado por LA CONTRATANTE UN (1) árbitro será elegido por EL PROFESIONAL; y, el tercero por los dos previamente designados.

12.2) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, para someterse y cumplir el laudo arbitral, renunciando a interponer recurso alguno con posterioridad.

12.3) Para la ejecución de medidas cautelares el Tribunal Arbitral está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales y administrativos sin que sea necesario recurrir a un juez ordinario.

12.4) El Tribunal estará integrado por TRES (3) árbitros; y,

12.5) El lugar de arbitraje será en las instalaciones del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito.

**DÉCIMA PRIMERA.- ACEPTACIÓN:** Las partes contratantes aceptan y ratifican todas y cada una de las cláusulas precedentes, por así convenir a los de sus representadas. En cuanto no se opongan a las estipulaciones presentes, tendrán la prerrogativa de incorporar a este Contrato, las disposiciones legales que puedan ser aplicables y compatibles con el mismo y convienen además que, en cualquier tiempo podrán modificar, rectificar, interpretar, ampliar o restringir los términos o cláusulas de la presente Convención, mediante acuerdo escrito, celebrado entre los contratantes y que sean posteriores a la suscripción del mismo.

Para constancia de lo expuesto, las partes firman el presente contrato por triplicado.

LA CONTRATANTE

EL PROFESIONAL

C. Cl. No.