



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: Modelo CANVAS para el área de negocios en Enlace Negocios Fiduciarios del Distrito Metropolitano de Quito

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Tecnólogo en administración de Empresas.

Autor: Flores Flores, Pilar Estefania

Promoción: 35AE6

Tutor: Ing. Diego Andrade

Quito – Ecuador

Julio, 2020

Constancia de Aprobación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto: “Modelo CANVAS para el área de negocios en Enlace Negocios Fiduciarios del Distrito Metropolitano de Quito”, presentada por la Srta. Flores Flores, Pilar Estefania, para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que designe.

En la ciudad de Quito en el mes de Agosto de 2020.



Ing. Diego Andrade

1708522493

Declaratoria de Responsabilidad

La presente tesis titulada modelo CANVAS para el área de negocios en Enlace Negocios Fiduciarios del Distrito Metropolitano de Quito, se la ha elaborado mediante una investigación de campo respetando los derechos del autor de terceros de los cuales se han tomado conceptos, definiciones, etc, las mismas que se citan, cuyas fuentes y datos del autor se detallan en la bibliografía de la presente.

Por tal motivo, las ideas y argumentos expuestos en este informe de investigación son de exclusiva responsabilidad de la autora Pilar Estefania Flores Flores. Autorizo al Instituto Tecnológico Superior Honorable Consejo Provincial de Pichincha para la utilización de los mismos con fines educativos.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Pilar Estefania Flores Flores', with a horizontal line underneath.

Pilar Estefania Flores Flores
C.I. 1723941926

Dedicatoria

Dedico este proyecto a:

Mi hijita Romina que a su corta edad me ha enseñado infinidad de cosas, que, con sus risas, sus besos, abrazos hace de cada minuto de mi vida el más feliz, su amor son los detonantes de mi felicidad, mi esfuerzo por buscar lo mejor para ti, tú has sido mi motivación más grande para concluir con éxito este proyecto, el primero de muchos logros juntas.

Mi madrecita Maquita que junto con mi ángel de luz mi padre Fausto me forjaron con reglas y pocas libertades, con su amor incondicional me motivaron constantemente para alcanzar mis metas, muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que incluye este por el cual se sentirán muy orgullosos.

Como en todos mis logros en este han estado presentes.

Muchas gracias, porque sin su ayuda, no habría logrado desarrollar con éxito mi proyecto de grado.

Agradecimiento

Mis palabras de agradecimiento más sinceras y de todo corazón van para Dios por darme salud y permitirme vivir momentos únicos en el instituto, por darme a las personas más importantes de mi vida mi hija y mi madre.

Agradezco mucho por la ayuda a mis maestros por los conocimientos impartidos y sus consejos de vida, un especial agradecimiento a mi Tutor Ing. Diego Andrade quien con sus conocimientos adquiridos dirigió y guio la presente investigación y al instituto en general, por permitirme convertirme en un ser profesional en lo que tanto me gusta.

Agradezco a Enlace Negocios Fiduciarios por proporcionarme información que ayudo en la presente investigación

Índice

Resumen	i
Abstract	ii
Objetivos.....	vii
Objetivo General	vii
Objetivos Específicos	vii
Justificación.....	viii
CAPITULO I FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	1
1.1. Marco Teórico	1
1.1.1 Modelo de Negocio	1
1.1.2 Modelo CANVAS	2
1.1.3 Segmento de Mercado	3
1.1.4 Propuesta de Valor	5
1.1.5 Canales de Distribución	5
1.1.6 Relación con clientes	6
1.1.7 Fuentes de ingresos.....	9
1.1.8 Recurso Clave	10
1.1.9 Actividades claves.....	10
1.1.10 Asociaciones claves	11
1.1.11 Estructura de costes	12
1.1.12 Empresa.....	12
1.1.13 Plan de Mejora	13
1.2. Marco Conceptual.....	14
1.3. Marco Legal.....	16
1.3.1. Empresarial.....	16
1.3.2. Laboral.....	17
CAPITULO II.....	18
2.1. Cultura Organizacional	18
2.1.1. Reseña Histórica	18
2.1.2. Misión.....	18
2.1.3. Visión.....	18

2.1.4. Objetivo Institucional	18
2.1.4. Ubicación Geográfica	19
2.1.6. Socios	20
2.1.7. Organigrama.....	21
2.1.7. Foda	22
2.1.8. Matriz de evaluación de factores internos (EFI).	24
2.1.9. Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	25
Marco Metodológico	27
2.2. Diseño de investigación	27
2.3. Técnicas de investigación.....	33
CAPITULO III	46
Propuesta	46
3.1 Segmentos de mercado.....	47
3.2 Propuesta de valor.....	50
3.3 Canales	52
3.4 Relaciones con clientes	54
3.5 Fuentes de ingreso	55
3.6 Recurso clave	57
3.7 Actividades clave	59
3.8 Socios clave.....	61
3.9 Estructura de costos	63
3.10 Lienzo del modelo de negocio	66
3.11 Plan de acción	67
Conclusiones.....	68
Recomendaciones.....	70
Bibliografía.....	71
Anexos.....	74

Índice de Tablas

Tabla 1. Foda.....	23
Tabla 2. Evaluación de factores internos.....	24
Tabla 3. Evaluación de factores externos.....	25
Tabla 4. Tabla resumen pregunta uno.	37
Tabla 5. Tabla resumen pregunta dos.....	37
Tabla 6. Tabla resumen pregunta tres	38
Tabla 7. Tabla resumen pregunta cuatro	39
<i>Tabla 8. Tabla resumen pregunta cinco.....</i>	<i>39</i>
Tabla 9.Tabla resumen pregunta seis	40
Tabla 10.Tabla resumen pregunta siete.....	41
Tabla 11. Tabla resumen pregunta ocho	42
Tabla 12. Tabla resumen pregunta nueve.....	42
Tabla 13. Tabla resumen pregunta diez	43
Tabla 14. Fases de canal.....	53
Tabla 15. Gastos mensuales	63
Tabla 16. Sueldos	64

Índice de figuras

Figura 1. Lienzo Modelo de Negocio CANVAS. Osterwalder, Lienzo de modelo de negocio canvas (2011).....	2
Figura 2. Tipos de Segmentación de mercado. Blog (2019).....	4
Figura 3. Tipos y Fases de Canales, OsterwalderCanales (2011).....	6
Figura 4. Escalera de Relación con el Cliente, (Conrado y mas.	7
Figura 5. Ciclo de vida de productos, Rankia (2011).....	8
Figura 6. Mecanismos de Fijación de precios, Osterwalder, Fuentes de ingreso (2011).....	9
Figura 7.Categorías de Recursos Claves (EconLink).....	10
Figura 8. Ubicación Geográfica	19
Figura 9.Estructura Organizacional, Enlace Negocios Fiduciarios,(2019).....	20
Figura 10.Focus Group área de negocios.	26
<i>Figura 11. Focus Group área de negocios Elaborado por: Pilar, F. (2020).....</i>	<i>26</i>
Figura 12.Canal Directo de Distribución, Quiroa (2020).....	53
Figura 13. Mecanismo de fijación de precios, Osterwalder, Lienzo de modelo de negocio canvas (2011).....	57

Resumen

La presente investigación tuvo como propósito proponer para posterior poder implementar un modelo de negocio CANVAS en Enlace Negocios Fiduciarios basado en la metodología actual, esta como muchas empresas más han pasado por problemas tanto internos como externos como por razones económicas de igual manera la falta de liderazgo y participación en el mercado.

La presente investigación es de tipo descriptiva, en términos cuantitativos y diseño concluyente causal, con una metodología empírica.

Cabe mencionar que la presente investigación se divide en tres capítulos, el primero fundamentación teórica dentro del cual se ubica el marco teórico, marco conceptual y marco legal, siguiendo con el segundo capítulo dentro del cual se ubica información referente a la empresa Enlace Negocios Fiduciarios como su reseña histórica, objetivos ubicación, y su organigrama, mediante un focus group se pudo realizar una matriz, luego analizamos y ubicamos la metodología de la investigación anterior mente mencionado obtenemos una muestra de 203 empresas privadas del sector de la salud humana del Distrito Metropolitano de Quito zona Urbana, aplicando la fórmula finita para posterior realizar las encuestas, se realiza la tabulación y análisis de cada una de las preguntas, como último capítulo la propuesta en la cual analizamos y completamos cada uno de los cuadrantes del modelo CANVAS, enfocándonos en la segmentación de mercado ya que se incrementara el target de clientes con empresas privadas del sector de la salud humana del Distrito Metropolitano de Quito zona Urbana. Una vez culminado los capítulos, se puede plantear tanto conclusiones y recomendaciones.

Abstract

This investigation project has the main objective of presenting a business proposal idea, using the CANVAS business model in the linkage to the current methodology of the Fiduciary Businesses Industry; the aforementioned proposal, as well as the already established industries have been through a series of concerns, that compromises their internal and external behavior, with issues such as low economic value, lack of administrative leadership and low market share.

In terms of quantitative process and causal research design, this investigation project used a descriptive basis for every topic and an empiric methodology. It is important to highlight that the investigation project it is comprised in 3 chapters. The first one describes the foundation of the theory for the investigation and conglomerates the theoretical framework, a conceptual framework and at last a legal framework for the business proposal.

The second chapter is the one that includes all the information concerning the fiduciary businesses industry as well as their historical background, the main objectives of the industry, its location and its respective organization chart; with the assistance of a focus group, it was possible to develop an analysis matrix, subsequently a sample of over 203 Healthcare private industries in the urban zone of the Metropolitan District of Quito was analyzed and with the use of a finite equation it was possible to tabulate the data of the sample, and in the end, formulate every strategy and considerations to be implemented in the proposal.

In the last chapter of this proposal, each quadrant of the CANVAS Business Model was filled in with its respective information, the main strategy of focus was market segmentation, in which, the possibilities to expand the target market and customer inflex with the inclusion of

the aforementioned Healthcare Private Industries in the urban zone of the Metropolitan District of Quito.

Afterwards it will be possible to formulate and therefore analyze both conclusions and recommendations.

Introducción

Con los problemas que ha tenido en los últimos años la fiduciaria Enlace Negocios Fiduciarios se ha visto en la necesidad de plantear un modelo de negocio CANVAS para mejorar su gestión, un modelo claro y práctico para facilitar la toma de decisiones y de esta manera llegar a cumplir los objetivos planteados, en el área de negocios, tomando en cuenta el porcentaje de negociaciones que han ido disminuyendo en los últimos años.

La presente investigación tiene como objetivo el incremento de una nueva cartera de clientes, mediante una investigación bibliográfica y de campo, de esta manera aumento de negociaciones; la elaboración de un modelo CAVAS ayudara para tomar medidas correctoras a posibles problemas encontrados en la empresa.

La segmentación de clientes es el principal objetivo a cambiar, ya que Enlace Negocios Fiduciarios cuenta con una lista de clientes en las cuales no incluye las empresas privadas del sector de la salud humana ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito de la zona urbana, mediante la elaboración de encuestas podemos observar y llegar a una conclusión positiva respecto a la factibilidad de incremento de target de clientes.

Planteamiento del Problema

Desde tiempos remotos hasta nuestros días, las empresas han llegado a tener fallas, problemas internos y externos las causa de esto son varias, todas importantes como la ausencia de fidelidad de clientes, ineficaz oferta de productos o servicios, por ello es de vital importancia entender los riesgo que sobrelleva tener o administrar una empresa, de igual manera el saber encontrar una solución en lo posible inmediata a estos problemas, obtener respuestas positivas empresariales conlleva tomar importantes decisiones una de ellas puede ser tener un modelo de negocio.

A través de los años las empresas han entendido la importancia de implementar un modelo de negocio que cree valor al producto o servicio que esta presta. Un modelo de negocio CANVAS es sin duda el más rápido y eficaz para plasmar tu idea de negocio y obtener un modelo de negocio más claro que dé resultados pronto y eficaces. Sin embargo, aún se evidencia brechas entre la teoría y la práctica del tener un modelo de negocio CANVAS

Enlace Negocios Fiduciarios una empresa dedicada a la administración de fideicomisos por 26 años, no obstante, se han presentado problemas tanto económicos como administrativos, esto ha surgido debido al porcentaje de negociaciones que se han concretado en los últimos años lo que ha impedido el cumplimiento de los objetivos establecidos institucionalmente, en virtud de ello Enlace Negocios requiere de cambios que le permita liderar el campo de la administración de fideicomisos.

Enlace Negocios Fiduciarios cuenta con un grupo selectivo de clientes o a su vez con el grupo de clientes que ha logrado fidelizar los cuales son muy pocos, esto provoca un bajo nivel de

ventas por ende poca participación en el mercado que se desempeña y falta de posicionamiento en el mismo.

Tomando en cuenta lo anteriormente dicho se realizará una investigación la cual beneficie a Enlace Negocios Fiduciario, implementando una nueva cartera de clientes seleccionando un nuevo segmento de clientes.

Objetivos

Objetivo General

Proponer un modelo CANVAS para reestructurar el área de negocios en la empresa Enlace Negocios Fiduciarios, incrementado una nueva cartera de clientes, mediante investigación bibliográfica y de campo que guíe adecuadamente el presente documento.

Objetivos Específicos

- Investigar teóricamente la elaboración de un modelo CANVAS en el área de negocio de la empresa Enlace Negocios Fiduciarios consultando en fuentes de referencia actualizada, para su futura aplicación.
- Realizar un diagnóstico situacional que determine las dificultades encontradas en el área de negocios de la empresa Enlace Negocios Fiduciarios mediante la aplicación de diferentes herramientas de investigación de mercados.
- Proponer estrategias de mejoramiento para los procesos de negociación de Enlace Negocios Fiduciarios considerando la estructura planteada por el modelo CANVAS y los datos recopilados en la investigación de campo.

Justificación

La elaboración del modelo de negocio CANVAS es una oportunidad para crecer profesionalmente poniendo en práctica lo adquirido en los 3 años de estudio en el Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha en la carrera de Administración de Empresas, de igual manera con la elaboración de presente documento ir adquiriendo conocimientos en la Administración de Fideicomisos.

La elaboración de un modelo de negocio CANVAS ayudará a Enlace Negocios Fiduciarios para que se implementen acciones correctoras a posibles problemas encontrados, se acudirá a realizar modificaciones necesarias que se adapten a las necesidades de la empresa, evaluando la situación, posterior se buscará las oportunidades que sean más favorables y se pondrá en práctica el plan de acción, esto también repercutirá en la reputación e imagen en el mercado y fidelidad de clientes.

Por otro lado, la puesta en ejecución de esta propuesta, podrá generar un impacto positivo en la sociedad, ya que se puede mantener o aumentar plazas de negocio por ende la nómina de empleados de Enlace Negocios Fiduciarios, de esta manera también se quiere aportar al desarrollo de la ciudad y del país

CAPITULO I FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Marco Teórico

1.1.1 Modelo de Negocio

Según Alexander Osterwalder el modelo CANVAS es “*Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor*” (Osterwalder, 2011, pág. 20).

De acuerdo a Kavadias, S., K. Ladas y C. Loch “*Un modelo de negocio describe cómo una empresa crea valor definiendo la propuesta de valor para el cliente y el mecanismo de fijación de precios. También describe cómo se organiza la empresa, incluidos sus socios y la cadena de suministro*” (Kavadias, 2016).

Ricart, Joan E. dice “*Un modelo de negocio consiste en el conjunto de elecciones hechas por la empresa y el conjunto de consecuencias que se derivan de dichas elecciones*” (Ricart, 2007)

En consecuencia, se comprende a un modelo de negocio como la representación gráfica o textualmente de acciones que lleva a cabo una empresa tanto en lo económico como portafolios de clientes para la creación de productos y servicios, es la manera como una compañía desea satisfacer las necesidades de sus clientes y sobre todo la manera en la que crea valor.

Muchas personas ven a un modelo de negocio como la manera en la que una empresa gana dinero, en una parte si lo es pero no debemos verlo de esa manera muchas coloquialmente solo lo ven como la mejora al flujo de ingresos, el modelo de negocios tiene como objetivo no sólo la manera de ganar dinero es mucho más grande, se refiere a lo más fundamental de

una empresa que son sus clientes, el cómo los mantienes, como vas a llegar a ellos, cual es y cómo vas a dar a conocer tu propuesta de valor, que es lo que te diferencia del resto, porque el cliente te prefiere, lo podemos ver como una división en la cual todos son importantes para que la empresa tenga un buen funcionamiento y se destaque en el mercado en el cual se desarrolla

1.1.2 Modelo CANVAS

De acuerdo con Steven Blank el modelo CANVAS es

Modelo de negocios o CANVAS esquema simple que permite plasmar en una única hoja de papel dividida en nueve módulos todos los aspectos más importantes que debes saber para crear una empresa; quienes son los clientes, cual es el producto, cual es el canal de distribución, cual es nuestra propuesta de valor, como se va a incrementar la demanda, quienes son los socios, cuáles son los recursos y costes (Blank, 2013).

Asociaciones clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relaciones con clientes	Segmentos mercado
	Recursos		Canales	
Estructura De costes		Fuentes de ingresos		

Figura 1. Lienzo Modelo de Negocio CANVAS. Osterwalder, *Lienzo de modelo de negocio canvas* (2011).

De acuerdo a la Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores:

El llamado Modelo CANVAS o método CANVAS fue desarrollado en 2011 por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur en el libro Generación de Modelos de Negocio, donde analizan los diferentes tipos de modelos y cuál es mejor utilizar en cada caso. Cabe destacar que el libro hace referencia a una nueva economía donde el sistema productivo ha cambiado, y por lo tanto es necesario cambiar también la mentalidad: lo más importante ahora es crear valor para los clientes. (Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores, 2019)

En consecuencia, el modelo CANVAS es un modelo de negocio una herramienta estratégica representada gráficamente la cual está dividida en cuatro bloques como infraestructura, oferta, clientes y finanzas, esta herramienta da valor a cada uno de los cuadrantes, el modelo CANVAS se utiliza para la creación de empresas y en empresas que ya está constituidas.

Varias personas por falta de conocimiento piensan que un modelo CANVAS se utiliza únicamente para la implementación de nuevos negocios o emprendimientos, hay que aclarar que un modelo de negocio CANVAS se lo realiza también en una organización que ya se encuentra en funcionamiento esto se hace para la mejora o cambio en ella.

1.1.3 Segmento de Mercado

Para los autores Osterwalder y Pigneur *“En este módulo se definen los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una Empresa”* (Osterwalder, 2011, pág. 23).

Patricio Bonta y Mario Farber mencionan que el mercado es *“Donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto”* (Farber, pág. 17).

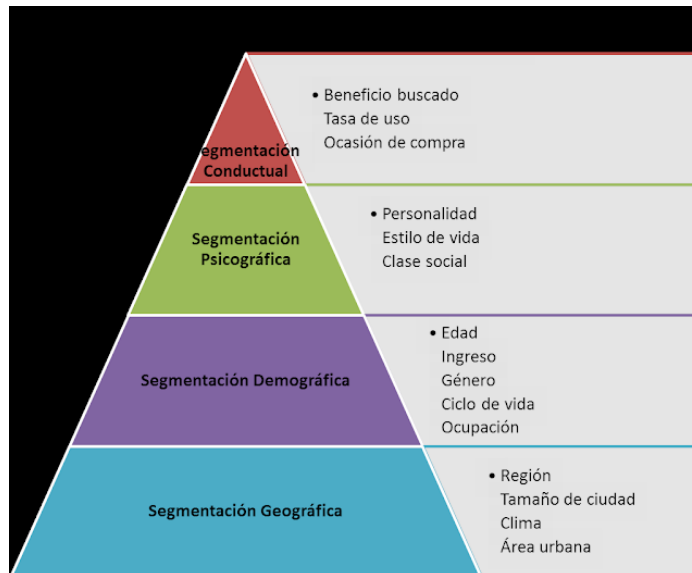


Figura 2. Tipos de Segmentación de mercado. Blog (2019).

En consecuencia, el segmento de mercado es la división de clientes en pequeñas partes de acuerdo a varias características como ingresos económicos, hábitos para poder cumplir con las necesidades de cada una de ellos.

Es realmente necesario hacer una segmentación de mercado ya que mediante esta actividad podremos establecer estrategias, estos segmentos deben hacerse en función a las necesidades, gustos, para poder satisfacer a un 100% las necesidades del grupo objetivo.

Los tipos de segmentación son varios en los que se mencionara las más utilizadas:

Geográfica: se realiza en base a la ubicación geográfica del grupo objetivo, se especifica país, ciudad, región.

Demográfica: En este tipo de segmentación se toma en cuenta la edad, sexo, profesión, estatus socio-económicos, mientras más sabemos del cliente más efectivo será la segmentación de cliente.

1.1.4 Propuesta de Valor

Para Alexander Osterwalder la propuesta de valor es donde *“Se describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico”* (Osterwalder, 2011).

Para Steve Blank la propuesta de valor es un *“Termino para referirnos a lo que estamos creando que producto o servicio estas desarrollando y para quien lo estas desarrollando y que le soluciona exactamente”* (Blank, Steve Blank 2.01: "La propuesta de valor". Crea tu Startup con UniMOOC, 2014).

En consecuencia, la propuesta de valor puede ser cualitativa o cuantitativa es una ventaja competitiva aquello que nos diferencia de la competencia, es aquello que atrae al cliente por lo cual somos su primera opción al cumplir su necesidad, se basa en el problema que solucionamos con nuestro producto o servicio.

1.1.5 Canales de Distribución

Para Alexander Osterwalder los canales de distribución *“Se explican el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor”* (Osterwalder, 2011).

Para Steve Blank los canales de distribución *“Facilita la clientización y optimización nos permite cambiar tanto el producto como el canal casi al vuelo”* (Blank, "Los canales de distribución". Crea tu Startup con UniMOOC, 2013).

Tipos de canal		Fases de canal					
Propio	Equipo comercial	1. Información ¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?	2. Evaluación ¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?	3. Compra ¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?	4. Entrega ¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?	5. Posventa ¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?	
	Ventas en internet						
	Tiendas propias						
Socio	Indirecto						Tiendas de socios
	Mayorista						

Figura 3. Tipos y Fases de Canales, OsterwalderCanales (2011)

En consecuencia, un canal de distribución es mediante qué va llegar el producto al segmento de mercado que ya tenemos establecido de esta manera puedan satisfacer las necesidades latentes, existen tipos de canales como indirecto e indirectos de igual manera existen fases de canales como:

- Información: Como la empresa da a conocer el servicio o producto que presta.
- Evaluación: El cliente probará, leerá, visualizará posterior tendrá un criterio personal respecto al producto o servicio que se le está ofreciendo.
- Compra: Intercambio o trueque de dinero con el producto o servicio que adquiera.
- Entrega: Cumplir con la entrega del producto o servicio
- Post-venta: Indicaciones, advertencias del uso del producto.

1.1.6 Relación con clientes

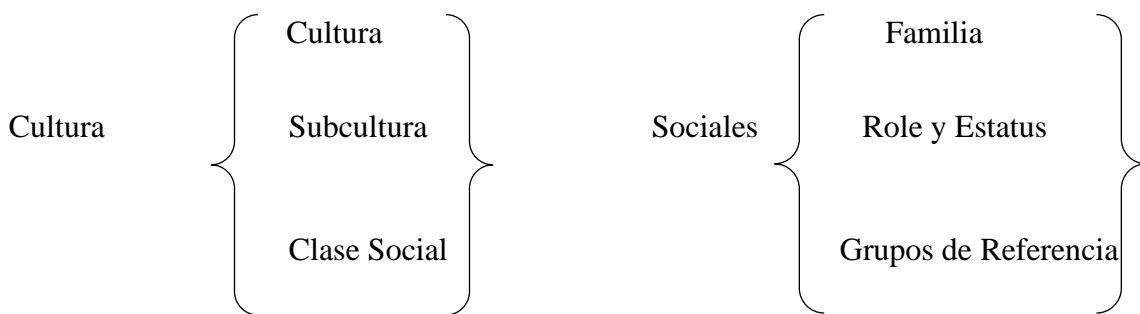
“Las relaciones con los clientes se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado” (Osterwalder, 2011, pág. 19).

“Captación fidelización e incremento de clientes y a la estimulación de las ventas” (Blank, 2013)



Figura 4. Escalera de Relación con el Cliente, (Conrado y mas.

En consecuencia, la relación con clientes es la manera en la que vamos a mantener la cartera de clientes o a su vez aumentarla, es la manera en la cual vamos a llevar a flote la propuesta de valor para con eso fidelizar al segmento de clientes que hemos establecido, debemos tomar muy en cuenta los comportamientos de los clientes, los cuales son varios a continuación enuncio:



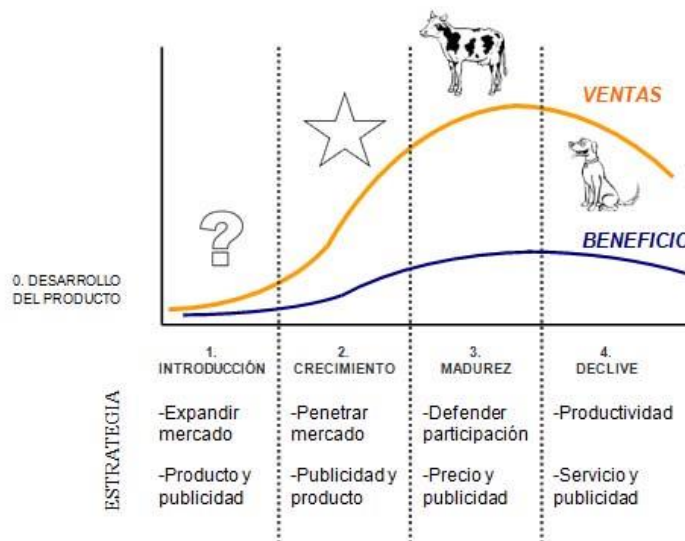
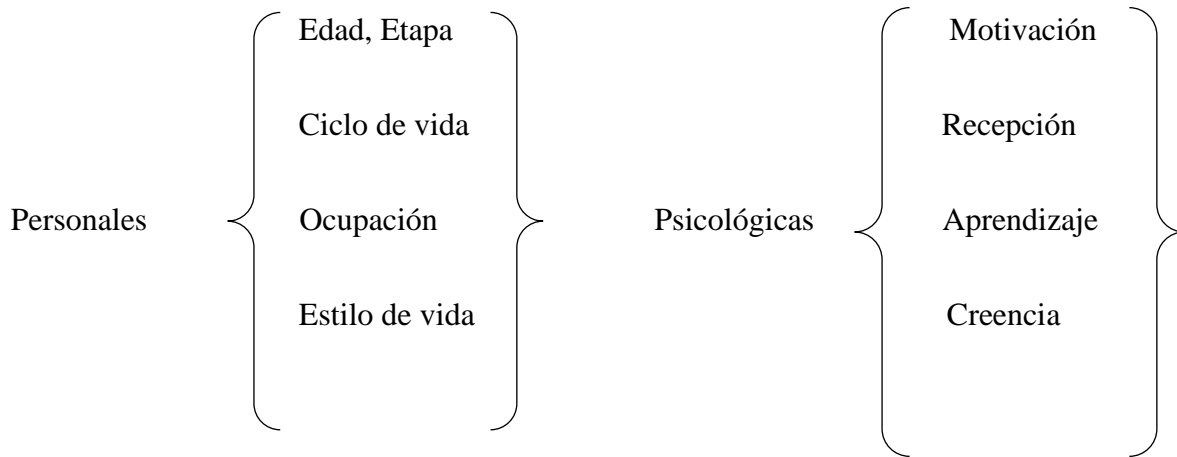


Figura 5. Ciclo de vida de productos, Rankia (2011)

De igual manera debemos tomar en cuenta el ciclo de vida de un producto ya que con ello sabremos qué hacer con el producto o servicio que se oferta, por ende, una vez captado el cliente o consumidor no debemos entrar en una zona de confort ya que llegara el momento en cambiar o mejora el producto o servicio.

El ciclo de vida de un producto es el proceso que atraviesa un producto desde su concepción hasta su salida del mercado. El ciclo determina las cinco etapas de un producto: desarrollo, lanzamiento, crecimiento, madurez y declive.

1.1.7 Fuentes de ingresos

Para Alexander Osterwalder el flujo de caja “*Genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado (para calcular los beneficios, es necesario restar los gastos a los ingresos)*” (Osterwalder, Generación de modelos de negocio, 2011)

Mecanismos de fijación de precios			
Fijo Los precios predefinidos se basan en variables estáticas		Dinámico Los precios cambian en función del mercado	
<i>Lista de precios fija</i>	Precios fijos para productos, servicios y otras propuestas de valor individuales	<i>Negociación</i>	El precio se negocia entre dos o más socios y depende de las habilidades o el poder de negociación
<i>Según características del producto</i>	El precio depende de la cantidad o la calidad de la propuesta de valor	<i>Gestión de la rentabilidad</i>	El precio depende del inventario y del momento de la compra (suele utilizarse en recursos perecederos, como habitaciones de hotel o plazas de avión)
<i>Según segmento de mercado</i>	El precio depende del tipo y las características de un segmento de mercado	<i>Mercado en tiempo real</i>	El precio se establece dinámicamente en función de la oferta y la demanda
<i>Según volumen</i>	El precio depende de la cantidad adquirida	<i>Subastas</i>	El precio se determina en una licitación

Figura 6. Mecanismos de Fijación de precios, Osterwalder, Fuentes de ingreso (2011)

Para Steve Blank las fuentes de ingreso son “*Estrategia que usa la empresa para obtener dinero de cada segmento de mercado por lo tanto si tienes segmentos múltiples podrías tener múltiples fuentes de ingresos*” (Blank, "Fuentes de ingresos y precio". Crea tu Startup , 2013).

En consecuencia las fuentes de ingreso son las maneras las cuales la empresa ha establecido para que el cliente pueda pagar por el producto o servicio que se está prestando, las fuentes de ingreso van de acuerdo al nicho que estemos dirigiéndonos por ende se puede tener varias fuentes de ingreso, no obstante debemos ver la comodidad de nuestro cliente al pagar ya sea con pagos puntuales o a su vez pagos periódicos, estos pagos serán destinados a remuneraciones, dividiendo por ultimo patrimonio de la empresa.

1.1.8 Recurso Clave

Para Steve Blank lo recursos claves “*Se describen los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione*” (Osterwalder, Generación de modelos de negocio, 2011).



Figura 7. Categorías de Recursos Claves (EconLink)

En consecuencia, recursos claves son aquellos recursos con los que cuenta una empresa con ellos da a conocer los productos o servicios que presta, debemos considerar que cada uno de ellos es importante estos son:

- Físicos: Edificaciones, vehículos, maquinaria
- Intelectuales: Derechos de autores
- Humanos: Recursos humanos
- Económicos: Efectivo o líneas de crédito.

1.1.9 Actividades claves

“*Se describen las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione*” (Osterwalder, Generación de modelos de negocio, 2011, pág. 39).

“Acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione, depende de producto servicio” (Blank, "Las actividades principales (Canvas)". Crea tu Startup, 2013)

En consecuencia, las actividades claves son aquellas que de igual manera que los recursos claves generan una propuesta de valor, estas suelen ser

- Producción: El nivel de producción que puede alcanzar la empresa.
- Resolución de problemas: La solución inmediata de problemas.
- Red: La utilización de plataforma se mejore en la relación con el cliente

1.1.10 Asociaciones claves

Para Steve Blank las asociaciones claves “Se describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio” (Osterwalder, Generación de modelos de negocio, 2011, pág. 41).

En consecuencia, las asociaciones claves son aquellas que se realizan para el bienestar de los asociados, se asocian para disminuir el porcentaje de riesgo de igual manera para mejorar su modelo de negocio de esta manera ser más rentables, los tipos de asociaciones son:

- Estratégicas: No competidoras
- Competición: Competidoras
- Joint Ventures: Nuevas propuestas

1.1.11 Estructura de costes

Para Alexander Osterwalder la estructura de costes *“Se describen todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio”* (Osterwalder, Generación de modelos de negocio, 2011, pág. 43).

En consecuencia, los costes son todos aquellos gastos que incurre la empresa en un modelo de negocio, debemos tomar en cuenta que estos costes deben ser lo mínimo posible, estos costes una vez sabiendo a ciencia cierta los recursos claves, las actividades claves será fácil de calcular.

1.1.12 Empresa

Para Idalberto Chiavenato, la empresa es *“Una organización social, por ser una asociación de personas, para la explotación de un negocio, que tiene un determinado objetivo como el lucro o la atención de una necesidad social”* (Chiavenato, 1993).

Para los autores Julio García y Cristóbal Casanueva una empresa es *“Una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros, proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de recursos y la consecución de determinados objetivos”* (Casanueva, 2000).

El Diccionario de la Real Academia Española en una de sus definiciones menciona que la empresa es una *“Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines”* (Diccionario de la Real Academia Española, 1992).

En consecuencia, una empresa combina los factores de producción para poder producir un bien o brindar un servicio de esta manera poder satisfacer necesidades de clientes y obtener beneficios económicos de este, cuenta con recursos propios, tiene responsabilidades.

1.1.13 Plan de Mejora

Conjunto de acciones para conseguir el incremento en el rendimiento de una empresa, para mejorar el servicio que presta una vez identificado y resuelto el problema encontrado

Con su aplicación incrementaremos la eficiencia en el servicio que presta la empresa.

Se tomará medidas correctoras en problema que se presenten.

El objetivo de un plan de mejora es mejorar en el menor tiempo posible y obteniendo resultados visibles, teniendo un bajo porcentaje de error en la toma de medidas correctoras a su vez incrementar la productividad y liderar el mercado en el cual se desempeña la empresa.

Pone en énfasis la capacidad que tiene una empresa para evolucionar, progresar, liderar, mantenerse en el mercado que de desempeña mediante la toma de decisiones pertinentes en los momentos adecuados para obtener buenos resultados de esta manera alcanzar la calidad total y la excelencia empresarial.

Para la implementación y un buen funcionamiento de un plan de mejora es necesario la participación de todos los integrantes involucrados, es necesario la capacitación al personal, de igual manera la evaluación del plan que se lleva acabo de esta maneta tomar decisiones prontas.

1.2. Marco Conceptual

1. **Administración:** Planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos humanos financieros, técnicos y materiales de la organización.
2. **Cartera de clientes:** Un grupo de personas con características similares, como el comportamiento del consumidor y el nivel económico.
3. **Bienes:** Un conjunto de bienes propiedad de una o más personas físicas o jurídicas.
4. **Fideicomisos:** Un contrato en virtud del cual una o más personas transfieren sus activos, dinero o derechos, activos actuales o futuros a otra persona, para que la persona pueda administrar o invertir en los activos en beneficio propio o de un tercero para realizar Algo llega a la meta. El mejor caso o dar el mejor resultado
5. **Agente Inmobiliario:** Quienes prestan servicios de consultoría y gestión en transacciones inmobiliarias relacionadas con bienes inmuebles.
6. **Patrimonio:** Quienes prestan servicios de consultoría y gestión en transacciones inmobiliarias relacionadas con bienes inmuebles.
7. **Fiduciarios:** “Aquella persona física o moral encargada de un fideicomiso y de la propiedad de los bienes que lo integran, a solicitud de un fideicomitente y en beneficio de un tercero, sea este fideicomisario o beneficiario” (Real Academia Española, 2019).

A solicitud del fiduciario y en beneficio de un tercero, la persona física o moral responsable del fideicomiso y su propiedad son el fiduciario o el beneficiario.

8. **Testador:** “Acto jurídico por el cual una persona dispone para después de la muerte del dueño (que puede ser un familiar o una persona a la cual se le tuviere estima) de todos sus bienes o parte de ellos” (Real Academia Española, 2019).

El acto legal de deshacerse de todo o parte del propietario (tal vez un miembro de la familia o una persona respetada) después de la muerte

9. **Inversión:** Términos económicos, que tienen varios significados relacionados, como ahorro, depósito de fondos y aplazamiento del consumo
10. **Fideicomitente:** Él es la persona que transfiere los activos del fideicomiso u objetos de propiedad. El administrador es la persona que recibe estos activos.

1.3. Marco Legal

La presente investigación se basó jurídicamente en el Código Civil y Código de Trabajo.

1.3.1. Empresarial

Ley de limitaciones del dominio, y primeramente de la propiedad fiduciaria

Se menciona en el Código Civil en el Art. 768.- “No puede generarse fideicomiso, solo a la totalidad de una herencia, o sobre una cuota determinada o sobre uno o más cuerpos ciertos” (Código Civil, pág. 107).

Se menciona en el Código Civil en el Art. 769.- “Los fideicomisos puede generarse en acto entre vivos, o por acto testamentario” (Código Civil, pág. 107).

Se menciona en el Código Civil en el Art. 778.- “Se prohíbe constituir dos o más fideicomisos sucesivos, de manera que restituido el fideicomiso a una persona, lo adquiera esta con el gravamen de restituirlo eventualmente a otra” (Código Civil, pág. 108).

Se menciona en el Código Civil en el Art. 790.- “El fiduciario tiene la libre administración de las especies comprendidas en el fideicomiso, y podrá mudar su forma; pero conservando su integridad y valor” (Código Civil, pág. 109).

Se menciona en el Código Civil en el Art. 792.- Si por la constitución del fideicomiso se concede expresamente al fiduciario el derecho de gozar de la propiedad a su arbitrio, no será responsable de ningún deterioro” (Código Civil, pág. 109).

1.3.2. Laboral

Art. 9.- “Concepto de trabajador. - La persona que se obliga con otra a prestar un servicio se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero” (Código de Trabajo, 2005, pág. 7).

Art. 10.- “Concepto de empleador. - La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o empleador” (Código de Trabajo, 2005, pág. 7).

Art. 37.- “Regulación de los contratos.- Los contratos de trabajo están regulados por el Código de Trabajo, aún a falta de referencia expresa y a pesar de lo que se pacte en contrario” (Código de Trabajo, 2005, pág. 16).

Art. 47.- “De la jornada máxima. Será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario” (Código de Trabajo, 2005, pág. 23).

Art. 50.- “Límite de jornada y descanso forzosos. Las jornadas de trabajo obligatorio no pueden exceder de cinco en la semana, o sea de cuarenta horas hebdomadarias” (Código de Trabajo, 2005, pág. 23).

CAPITULO II

2.1. Cultura Organizacional

2.1.1. Reseña Histórica

Enlace Negocios Fiduciarios inicio sus actividades en el año 1994 bajo la denominación Equifondos S.A, en el año 2000 realiza la administración de su primer fondo para la protección de cuencas y aguas de Quito, en el 2001 quedó entre las cinco más grandes fiduciarias del Ecuador, a partir del año 2002 se denomina Enlace Negocios Fiduciarios S. A, en los años 2007, 2014 y 2017 la empresa certifica en el estándar de calidad ISO 9001. (Enlace Negocios Fiduciarios, 2019).

2.1.2. Misión

“Entregar soluciones confiables y efectivas que satisfagan las necesidades de nuestros clientes y partes interesadas, a través de servicios fiduciarios seguros, personalizados e innovadores, cumpliendo estándares internacionales de calidad” (Enlace Negocios Fiduciarios, 2019).

2.1.3. Visión

“Ser líderes en el negocio fiduciario con un crecimiento sólido y rentable” (Enlace Negocios Fiduciarios, 2019).

2.1.4. Objetivo Institucional

“Brindamos soluciones fiduciarias eficaces, permitiendo a nuestros clientes alcanzar sus objetivos; contamos con un grupo de profesionales de trayectoria en el negocio fiduciario

procurando la excelencia y la calidad a través de procesos ágiles y transparentes” (Enlace Negocios Fiduciarios, 2019).

2.1.4. Ubicación Geográfica

Dirección Av. Naciones Unidas 1014 y Av. Amazonas, Edificio La Previsora, Torre A, piso 8, Oficina 801

Teléfonos: 2262403 - 09 98781502

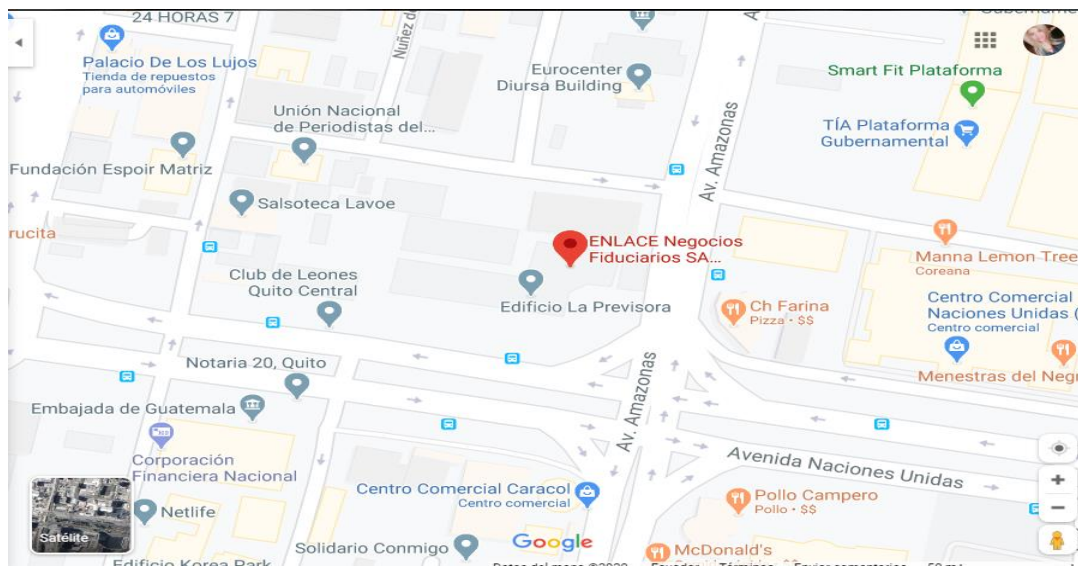


Figura 8. Ubicación Geográfica

2.1.5. Estructura Organizacional



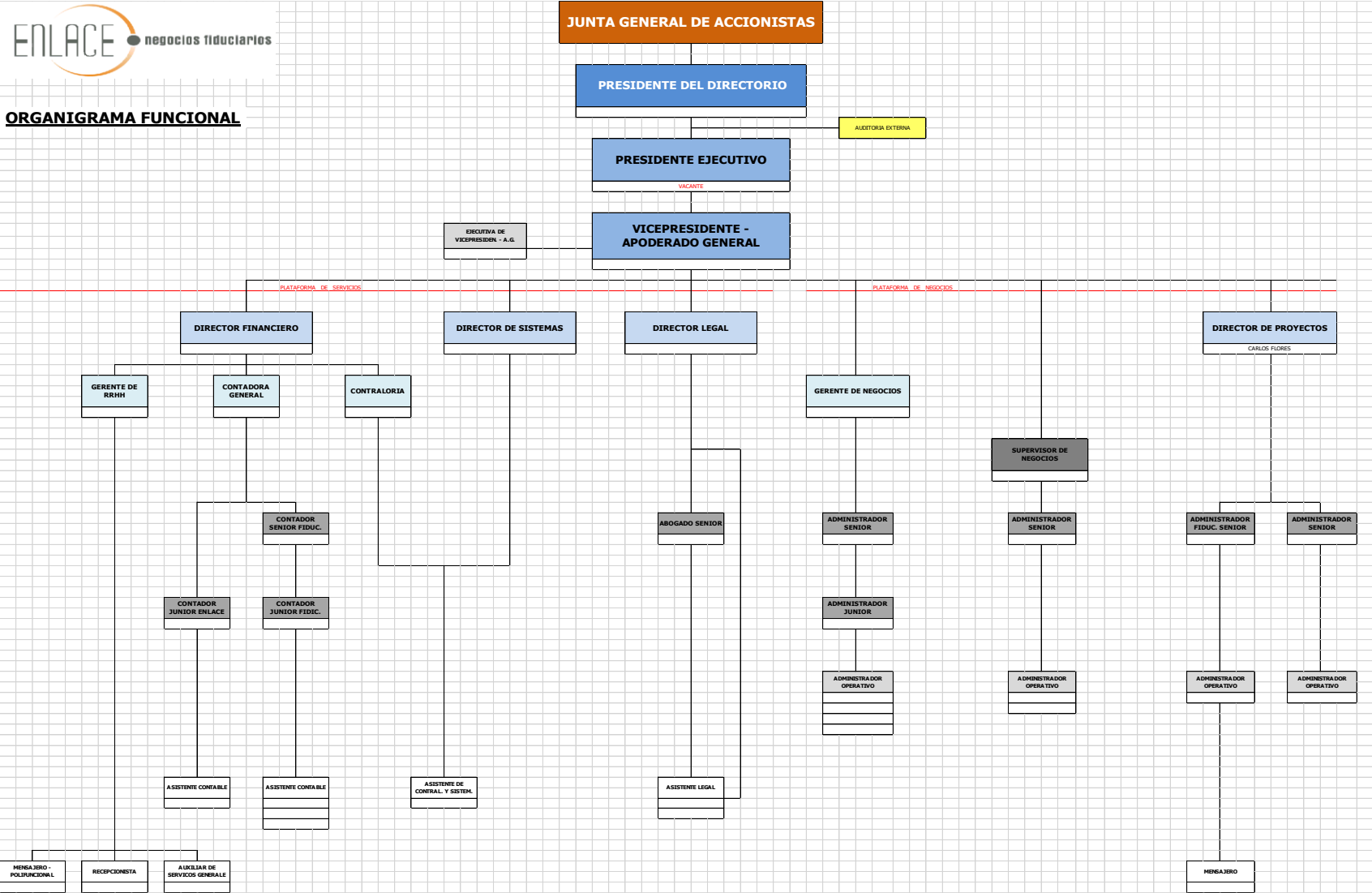
Figura 9. Estructura Organizacional, Enlace Negocios Fiduciarios, (2019)

2.1.6. Socios

Enlace Negocios Fiduciarios cuenta actualmente con la siguiente lista que conforman el comité comercial.

Patrick Barrera	Presidente del Directorio
Álvaro Muñoz	Apoderado General
Cristian Maldonado	Director Legal
Julio Navas	Cumplimiento
Alex Proaño	Director Financiero
Isabel Zumárraga	Área de Negocios
Carlos Flores	Área de Negocios

2.1.7. Organigrama



2.1.7. Foda

Es una herramienta que estudia la situación de la empresa mediante la cual se analiza el ambiente interno y externo, haciendo uso de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de esta manera se podrá aprovechar unas para disminuir otras o a su vez disminuir unas para eliminar otras, así podremos analizar la situación de la empresa y poder tomar decisiones.

Para obtener los datos que se presenta en la matriz FODA se realizó un focus group, el día Sábado 20 de junio del presente año a las 10:00 am, con el área de negocios, por la situación en la que nos encontramos el mencionado focus group se realizó mediante la aplicación zoom, al área de negocios teniendo un universo de 10 personas, se pudo realizar un análisis FODA.

Tabla 1. Foda

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>MATRIZ FODA</p> <p>ASPECTOS POSITIVOS ASPECTOS NEGATIVOS</p> <p>VARIABLES INTERNAS Fortalezas Debilidades</p> <p>VARIABLES EXTERNAS Oportunidades Amenazas</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buen ambiente laboral 2. Experiencia de los recursos humanos 3. Capacitaciones continuas 4. Buen entorno físico de trabajo 5. Situación financiera sólida. 6. Ampliación de cartera de servicios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de personal para poder atender al nuevo target de clientes 2. Equipamiento deteriorado 3. Poca proactividad en la gestión 4. Servicios sin características diferenciadoras 5. Falta de publicidad empresarial 6. Target de clientes reducida.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIA DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Regulación a favor 2. Necesidad del servicio 3. Compatibilidad con las tendencias del mercado 4. Clientes más exigentes con el servicio. 6. Alta capacidad de acceder a créditos 	<p>F2O4. Atención de mejor calidad.</p> <p>F6O2. Otorgar un servicio diferenciado y de calidad al nuevo target de clientes.</p> <p>F3O4. Empoderar y capacitar al personal para poder cumplir con las exigencias del cliente.</p>	<p>D1O1. Contratar más personal</p> <p>D2O6. Adquirir nuevo equipamiento</p> <p>D5O2. Realizar publicidad institucional y de los servicios.</p> <p>D4O4. Implementar una mejora a la propuesta de valor al servicio.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia muy agresiva 2. Aumento de precios de insumos 3. Aparecimiento de nuevos competidores 4. Alto poder de negociación de clientes y proveedores 5. Inflación 6. Recesión económica por COVID 19 	<p>F2A3. Aplicar estrategias de fidelización de clientes.</p> <p>F6A5. Mantener precios accesibles</p> <p>Fortalecer la imagen institucional ante los clientes.</p>	<p>D1A1. Atención al cliente eficaz</p> <p>D6A3. Fortalecer la atención al cliente post-venta</p> <p>D4A5. Generar una política de descuentos y promociones.</p> <p>Mantener políticas de bioseguridad que garantice no tener problemas con la pandemia</p>

Elaborado por: Pilar, F. (2020)

2.1.8. Matriz de evaluación de factores internos (EFI).

Tabla 2. Evaluación de factores internos

FACTORES	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1.Talento humano calificado	0.12	4	0,48
2.Costos operativos bajos	0.16	4	0,64
3.Experiencia en el sector	0.12	3	0,36
4. Estructura jerárquica transversal	0.05	3	0,15
7.Ambiente laboral	0.09	4	0,36
6. Moral alta de empleados	0.04	3	0,12
AMENAZA			
1.Competencia	0.04	2	0,08
2.Consumidor exigente	0.04	2	0,08
3.Inflacion	0.10	1	0,10
4.Falta de personal	0.09	1	0,09
6.Propuesta de valor al servicio	0.15	1	0,15
TOTAL	1.00		2,61

Elaborado por: Pilar, F. (2020)

Resultados

Para realizar el análisis debemos tomar en cuenta que la calificación promedio de es 2.5, en el caso de que sea menor caracteriza a la organización como débil mientras que si supera al 2.5 indica que posición interna con fortalezas, mientras que el mínimo puede ser de 1.0 y un máximo de 4.0

El valor final ponderado en la matriz de factores internos fue de 2.61 por ende podemos mencionar que la empresa se encuentra realizando sus actividades diarias en buenas condiciones.

Realizando la siguiente operación $4.00 - 2.61 = 1.30$ esto es lo que el líder o administrador del área de negocios debe enfocarse en mejorar ya que del área de negocio dependerá la organización.

2.1.9. Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

Tabla 3. Evaluación de factores externos

FACTORES	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1.Regulaciones	0,05	2	0,10
2.Relacion con proveedores	0,07	1	0,07
3.Tendencias	0,12	3	0,36
4.Capacidad de acceder a créditos	0,20	3	0,60
5.Necesidad del servicio	0,09	4	0,36
AMENAZA			
1.Competencia	0,18	4	0,72
2.Consumidor exigente	0,12	4	0,48
3.Inflacion	0,10	2	0,20
4. Poder de negociación	0,07	1	0,07
TOTAL	1,00		2,96

Elaborado por: Pilar, F. (2020)

Resultados

De igual manera que la matriz EFI la puntuación más alta es de 4,00 y la mínima de 1,00.

En este caso en el total del peso ponderado es de 2,96 siendo un valor superior al 2,5 podemos decir que tiene la máxima atención externa.

De igual manera realizamos la respectiva operación de $4,00 - 2,96 = 1.04$ esta es la cantidad en la que el líder del área de negocios se debe enfocar para poder mejorar

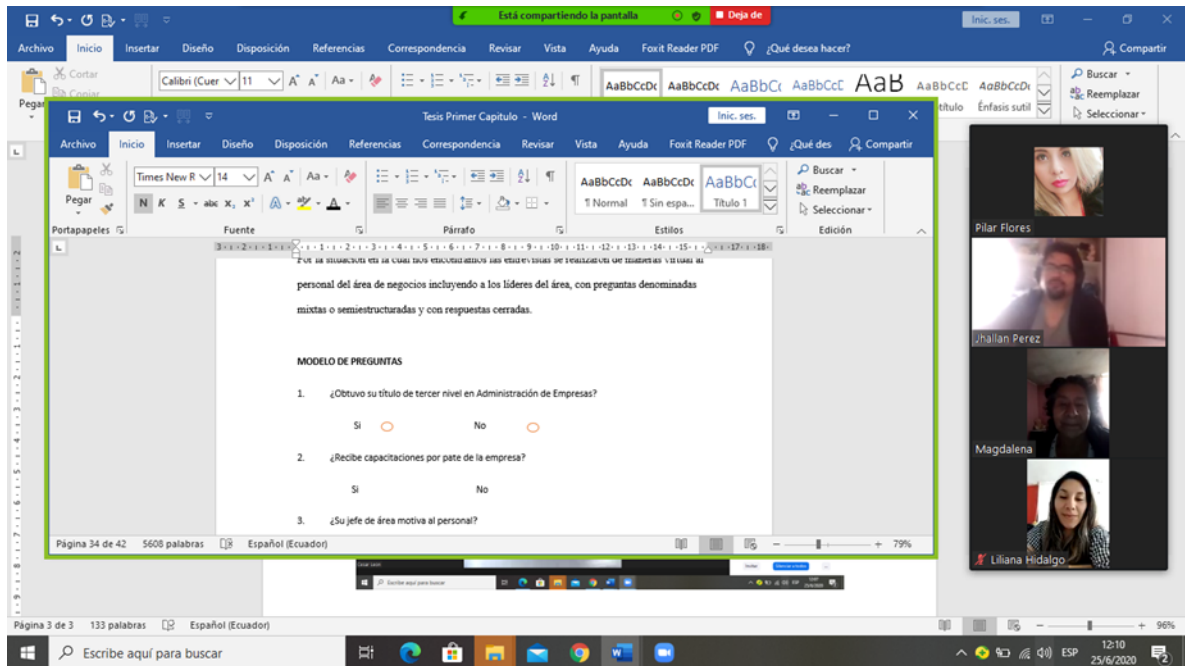


Figura 10. Focus Group área de negocios.
Elaborado por: Pilar, F. (2020)

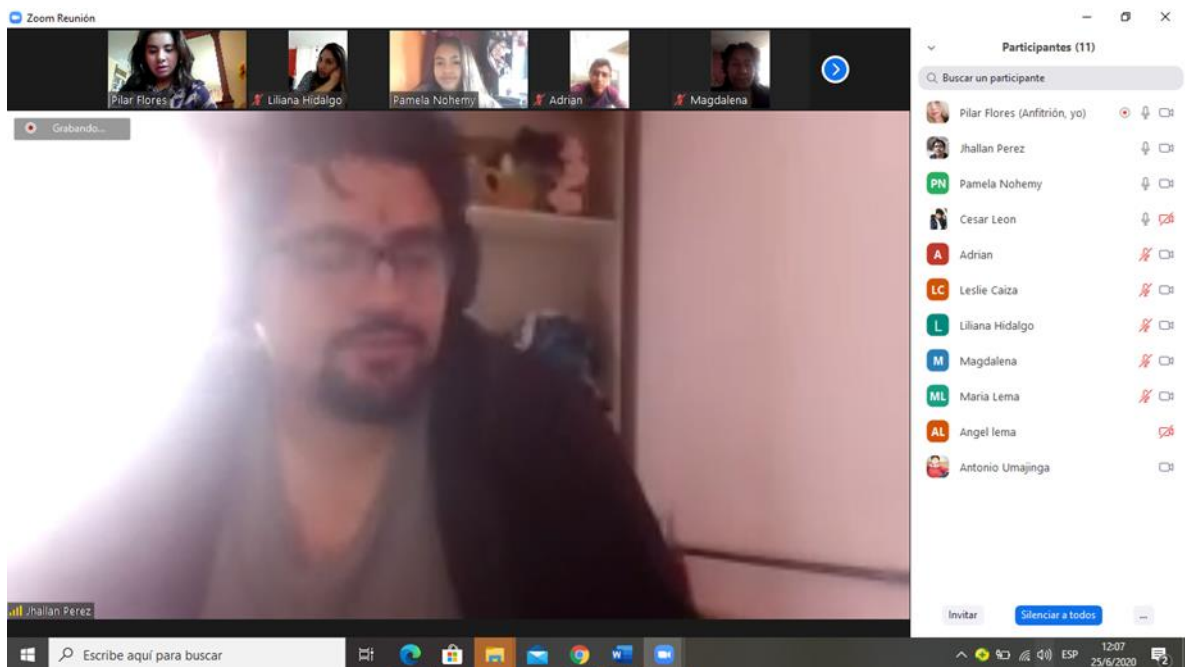


Figura 11. Focus Group área de negocios
Elaborado por: Pilar, F. (2020)

Marco Metodológico

2.2. Diseño de investigación

Una vez realizado la fundamentación teórica visualizaremos el tipo de investigación que se va a desarrollar. En el presente trabajo utilizaremos el diseño de investigación concluyente causal.

Concluyente es aquel diseño que suministra información que ayuda al investigador a obtener información, de igual manera a evaluar y seleccionar una variedad de acciones, se caracteriza por sus procedimientos formales al momento de investigar utilizando encuestas, experimentos, observaciones y simulaciones, se basa en la obtención de información para posterior llegar a obtener conclusiones y poder tomar decisiones.

Causal como sabemos es de tipo concluyente tiene como objetivo principal la obtención de evidencia de la relación causa-efecto del fenómeno estudiado, por lo general es utilizado en la prueba de mercado para nuevos productos o para innovaciones en productos o servicios.

Por ende, aplicando el diseño concluyente causal obtendremos información de la relación causa-efecto mediante la cual podremos concluir algo y posterior tomar una decisión.

Se va realizar una investigación de tipo descriptiva, para dar a conocer los datos de la investigación se expondrán en términos cuantitativos ya que procederemos a realizar encuestas utilizando preguntas cerradas como de opción múltiple, escala de Linker, y escala de importancia, como siguiente punto realizaremos las gráficas correspondientes y el análisis por pregunta y análisis en general, como punto final se redactará un informe y se propondrá el modelo de negocio CANVAS.

2.2.1. Métodos a utilizarse

Antes de mencionar el método a utilizar veremos que es un método de investigación y cuales son los métodos de investigación. El método de investigación agrupa herramientas mediante la cuales el investigador obtiene datos, estas pueden ser empíricos o teóricos.

- Métodos Empíricos

Es un modelo de método científico basado en el experimento y la lógica empírica, junto con la observación de fenómenos y su análisis estadístico, se basa en elegir y prestar atención a todos los detalles de lo que queremos observar y lo que queremos analizar.

Observación: Incluye el uso de los sentidos para obtener datos de manera consciente y específica, lo que proporciona los elementos para nuestra investigación.

Experimento: Este es un medio para ayudarnos a lograr la veracidad objetiva de un problema o fenómeno.

Encuesta: La encuesta es un procedimiento de diseño descriptivo de encuestas, en el cual los investigadores recolectan datos a través de formularios de encuestas previamente diseñados, sin modificar el entorno ni recolectar fenómenos de información, sino transmitirlos en forma de trípticos, gráficos o tablas.

Entrevista: Establezca un diálogo entre dos o más personas: el entrevistador hace preguntas y el encuestado responde las preguntas. Esta es una técnica utilizada por varias razones, investigación.

- Métodos Teóricos

Permiten el descubrimiento de relaciones esenciales y propiedades básicas en el tema de investigación, y estas relaciones esenciales y propiedades básicas no se pueden descubrir de manera perceptiva. Por lo tanto, se basa básicamente en el proceso de abstracción, análisis, síntesis, inducción y deducción.

Análisis: Método analítico divide un problema o sustancia compleja en partes más pequeñas para comprender mejor su proceso.

Síntesis: Método sintético proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo a partir de los elementos distinguidos por el análisis. En resumen, inferencia, las partes se pueden recolectar para reconstruir el todo.

Inducción: El método inductivo consiste en una forma de hipótesis basada en la posibilidad de una conclusión general basada en una sola evidencia. Esto generalmente se expresa en términos de probabilidad, tendencia o probabilidad.

Deducción: Método deductivo es una estrategia de razonamiento utilizada para sacar conclusiones lógicas de una serie de premisas o principios.

Los métodos de investigación son diferentes modelos de procedimientos que pueden usarse en una investigación particular y deben seguir los mismos requisitos, es decir, la naturaleza del fenómeno que deseamos investigar.

El método de investigación que vamos a llevar a cabo en la presente investigación para la obtención y análisis de datos es el método empírico el cual se apoya para la obtención de datos en los procesos de observación, medición, experimentación encuestas y entrevistas.

2.2.2. Población y/o muestra

La población se denomina así al número o conjunto finito o infinito de habitantes que habitan en un lugar determinado, y tengan particularidades semejantes. La población estadística puede ser un grupo de personas reales, lugares o cosas. Por ejemplo, adolescentes de pueblos o posibles usos del azúcar en recetas de cocina.

Se puede clasificar de la siguiente manera según el número de individuos que coinciden con el tamaño de la población:

- Población finita: este es un miembro que puede contarse, y sus miembros pueden estudiarse más fácilmente. Por ejemplo, la cantidad de personas que participan en un gimnasio.
- Población infinita: son una gran población y es difícil contar a sus miembros, por lo que generalmente solo se considera una parte de ellos al realizar una investigación para seleccionar una muestra. Por ejemplo, la cantidad de granos de arena en la playa.
- Población real: son miembros formados. Por ejemplo, la cantidad de animales en el zoológico.
- Población hipotética: si es posible, estas poblaciones pueden estudiarse. Por ejemplo, la cantidad de nacimientos prematuros.

El muestreo es una herramienta de investigación que, si se usa correctamente, puede sacar conclusiones específicas y evitar sesgos.

- Muestreo aleatorio simple: seleccione elementos de una lista aleatoria. Cuando el universo es pequeño y uniforme, funciona de manera más eficiente.

- Muestreo del sistema: seleccione aleatoriamente el primer elemento y luego seleccione los elementos restantes a intervalos constantes.
- Muestreo estratificado: divida la población en secciones o clases correspondientes a las características establecidas, y luego seleccione al azar a los individuos que se estudiarán.
- Muestreo de conglomerados: divida a la población en clases heterogéneas y luego subdivídalas en clases homogéneas con características comunes para realizar investigaciones de acuerdo con los requisitos de los investigadores.

El método que se utilizará para seleccionar la muestra es el probabilístico con un universo finito, ya que todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para poder formar parte de la investigación, para su mejor aplicación se tiene una lista de empresas privadas del sector de salud humana del Distrito Metropolitano de Quito, de acuerdo a la Superintendencia de Compañías los podrás encontrar en [Anexos E](#)

Los criterios que se toma en cuenta para elegir la muestra son las características que reúnen la unidad muestral.

Enlace Negocios Fiduciarios cuenta con un target de clientes entre los cuales no consta las empresas privadas del sector de la salud humana del Distrito Metropolitano de Quito, las cuales se desea incrementar a la lista de empleados, por ende, el total de población de acuerdo a los datos estadísticos de la Superintendencia de Compañías es de 425 empresas privadas que se encuentran en el sector de la salud huma, de la zona urbana.

La fórmula que se aplica en la presente investigación para obtener la muestra es la fórmula finita. A continuación, podrás encontrar la fórmula utilizada para obtener la muestra:

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

Donde:

N. Universo	425
n. Tamaño de muestra	¿?
Z. Nivel de confianza	95% = 1.96
p. Probabilidad favor	50% = 0.50
q. Probabilidad en contra	50% = 0.50
e. Error de estimación	5% = 0.05

Una vez obtenido los datos se sustituyó en la fórmula

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)(425)}{(0.05)^2(425-1)+1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.84)(106.25)}{(0.025)(424) + (0.96)}$$

$$n = \frac{408.17}{2.0204}$$

$$n = 202.0243516$$

$$n = 202$$

Utilizando la fórmula se concluye que el total de las encuestas que se van a realizar son 202 encuestas en las empresas privadas del sector de la salud humana del Distrito Metropolitano de Quito.

2.3. Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación son aquellas herramientas, procedimientos que se utiliza para obtener datos.

- **Cuantitativas:** Usan números para el análisis estadístico para probar hipótesis y rastrear la fuerza y la dirección de los efectos. El análisis cuantitativo de datos es el proceso de describir, resumir y comparar datos utilizando métodos estadísticos. El análisis puede variar, según el tipo de datos recopilados. Para tener una metodología cuantitativa, se requiere que haya una relación lineal entre los diversos elementos del problema de investigación. Es decir, los elementos de la pregunta de investigación que constituyen el problema son claros, y puede definirlos, limitarlos y conocer exactamente la fuente del problema, la dirección del desarrollo y qué tipos de eventos existen entre los elementos.

Entrevista personal: Entrevista cara a cara que se da entre dos personas con una serie de preguntas y respuestas ya estructuradas.

Entrevista telefónica: Se realiza una serie de preguntas establecidas y predeterminadas con el objetivo de obtener información de una persona específica esto se lo realiza mediante vía telefónica como su mismo nombre lo indica.

Encuesta en internet: Consiste en subir un cuestionario en una página web, tiene un acogido positivo debido a su bajo costo.

Compra fingida: Consiste en una compra falsa para medir el comportamiento del empleado la atención que brinda al cliente en el proceso de compra.

- **Cualitativas:** Las técnicas de investigación cualitativa consideran actitudes, aspectos culturales, percepciones, relaciones y estimaciones. Como su nombre indica, la

metodología cualitativa tiene como objetivo describir la calidad de los fenómenos.

Encuentre un concepto que pueda cubrir parte de la realidad. Probar o medir el grado en que se encuentra una determinada calidad en un evento determinado no es un problema, sino encontrar la mayor calidad posible.

Entrevista en profundidad: Basada en un juego ya que se trata que el entrevistado y el entrevistador teatralizan y asumen su rol.

Focus Group: Consiste en reunir un grupo de personas de 6 a 12 personas con el fin de entrevistarlas generando una discusión de acuerdo a un tema específico.

Entrevista Semi-estructurada: Debate charla en la cual se sigue una serie de indicaciones dadas por el entrevistador.

Una vez identificado y explicado las técnicas de investigación se procede a dar a conocer la técnica que se va a tomar en cuenta para la presente investigación, la cuantitativa mediante la cual realizamos encuestas.

2.3.1. Encuesta

La encuesta es una manera de recoger información la cual analizaremos posterior a eso llegaremos a una conclusión e impartir una posible solución a un problema, se pueden aplicar por correo, telefónicamente y personalmente, sus respuestas pueden ser de manera abierta o cerrada.

En nuestro caso usaremos el tipo de encuesta analítica porque es la que describe el porqué de un problema. Por la situación en la que nos encontramos, la presente investigación se va realizar utilizando una encuesta enviada mediante correo electrónico un cuestionario para que lo completen y remitan a la empresa.

Diseño de la encuesta

CLIENTE POTENCIAL

LA INFORMACIÓN AQUÍ ESCRITA SE MANEJARÁ DE FORMA CONFIDENCIAL.

1. Tiene personal que administre su negocio

Si No

2. ¿Conoces el servicio que brinda Enlace Negocios?

Si No

3. ¿Utilizaría el servicio de Enlace Negocios para administrar su organización?

Si No
Tal vez

4. Si Enlace Negocios ofrecería descuentos para el sector de salud ¿Estarías dispuesto hacer uso del servicio?

Si No

5. Al adquirir un servicio ¿Cuál es tu primer criterio a elegir?

Calidad

Atención al cliente

Precio

Talento Humano

Experiencia

Facilidad de pago

6. Porque motivo cambias de proveedor?

Precio

Calidad

Atención al cliente

Facilidad de pago

7. Considera que la experiencia del personal es importante?

Si No

Tal vez

8. Recomendarías nuestro servicio?

Si No

Tal vez

9. Cree que con el uso de nuestro servicio mejoraría las finanzas de su organización?

Si No

Tal vez

10. ¿Considera que el recurso físico es importante para brindar un servicio de calidad?

Si No

Tal vez

2.3.2. Análisis e interpretación de resultados.

1. ¿ Cuenta con personal capacitado que administre su organización

203 respuestas

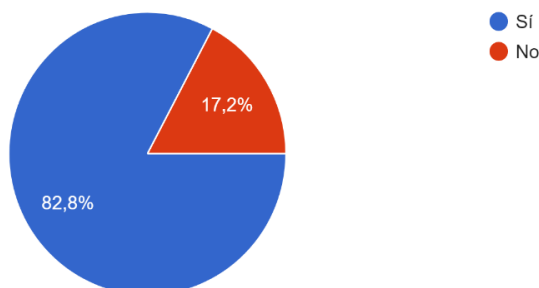


Tabla 4. Tabla resumen pregunta uno.

CONCEPTO	RESPUESTAS	%
SI	168	82.8%
NO	34	17.2%

Realizado por: Pilar, F. (2020)

Análisis: Como se puede observar un 82.8% cuenta con personal que administre su organización sin embargo esto no sería necesariamente un punto negativo para Enlace Negocios Fiduciarios, mientras que un 17.2% no cuenta con un personal el cual administre la organización. [Anexos B](#)

2. ¿Conoces el servicio que brinda Enlace Negocios Fiduciarios?

203 respuestas

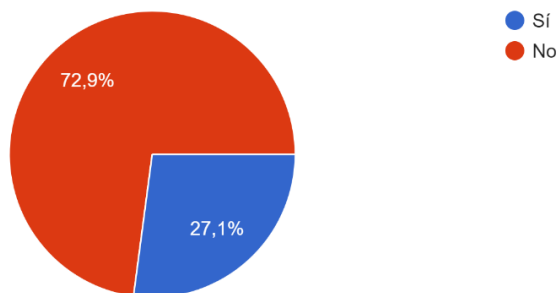


Tabla 5. Tabla resumen pregunta dos.

CONCEPTO	RESPUESTAS	%
SI	55	27.1%
NO	148	72.9%

Realizado por: Pilar, F. (2020)

Análisis: Un 72.9% de los encuestados indican que no sabían del servicio que presta Enlace Negocios Fiduciarios, esto se puede deber a que no existe una estrategia de marketing eficaz, por otro lado, un 27.1% indican que tenían conocimiento del servicio que brinda Enlace Negocios Fiduciarios.

3.¿Utilizaría el servicio de Enlace Negocios para administrar su organización?

203 respuestas

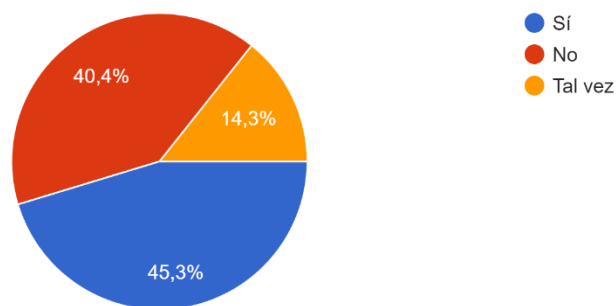


Tabla 6. Tabla resumen pregunta tres

CONCEPTO	RESPUESTAS	%
SI	92	45.3%
NO	82	40.4%
TAL VEZ	29	14.3%

Realizado por: Pilar, F. (2020)

Análisis: Obteniendo una respuesta positiva, de un 45.3% de los encuestados mantienen una posición favorable con adquisición o uso del servicio que presta Enlace Negocios Fiduciarios, por otro lado, el 40.4% indica una posición negativa respecto al uso del servicio, mientras que tan solo se obtuvo un 14.3% como posición neutral.

4. Si Enlace Negocios ofrecería descuentos para el sector de salud ¿Estarías dispuesto hacer uso del servicio?

203 respuestas

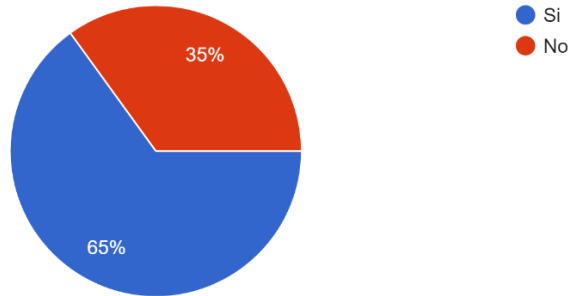


Tabla 7. Tabla resumen pregunta cuatro

CONCEPTO	RESPUESTAS	%
SI	132	65%
NO	71	35%

Realizado por: Pilar, F. (2020)

Análisis: Con un 65% de resultados positivos por parte de los encuestados, podemos decir que ampliar el target de clientes al sector de la salud privada, sería una buena manera de poder aumentar las ventas del servicio.

5. Al adquirir un servicio ¿Cuál es tu primer criterio a elegir?

203 respuestas

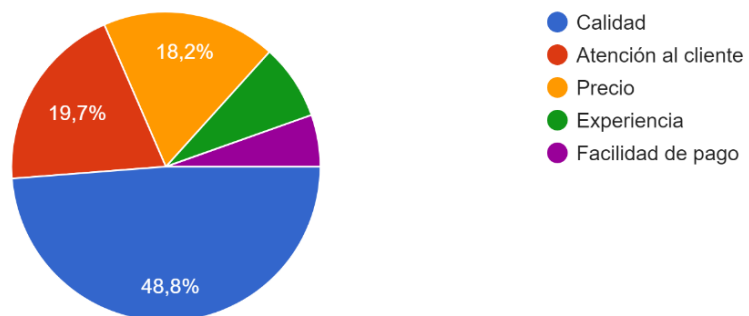


Tabla 8. Tabla resumen pregunta cinco

CONCEPTO	RESPUESTAS	%
CALIDAD	99	48.8%
ATENCION AL CLINTE	40	19.7%
PRECIO	37	18.2%
EXPERIENCIA	16	8.1%
FACILIDAD DE PAGO	11	5.2%

Realizado por: Pilar, F. (2020)

Análisis: Una de las características más importantes para los encuestados es la calidad del servicio que obtiene por parte de Enlace Negocios Fiduciarios está representada por un 48.8%, seguido por la atención al cliente que recibe por parte del área de negocio con un 19.7% sin una nula diferencia se encuentra el precio del servicio con un 18.2%, para posterior concluir con la experiencia y facilidad de pago con un porcentaje menor a 10%.

6. ¿Porque motivo cambias de proveedor?

203 respuestas

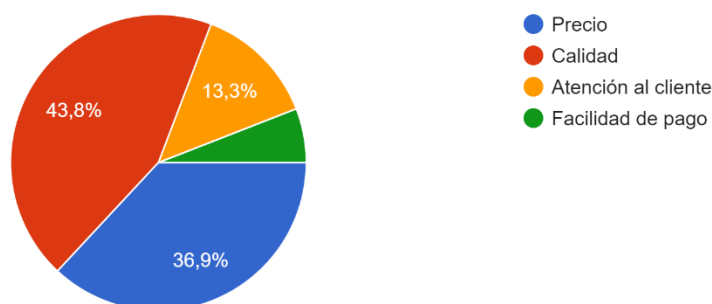


Tabla 9. Tabla resumen pregunta seis

CONCEPTO	RESPUESTAS	%
PRECIO	75	36.9%
CALIDAD	89	43.8%
ATECION ALCLIENTE	27	13.3%
FACILIDAD DE PAGO	12	6%

Realizado por: Pilar, F. (2020).

Análisis: Un 43.8% indica que cambiarían de proveedor por la calidad del servicio que este reciba, mientras que un 36.9% indica que por la variación del precio estarían dispuestos a cambiar de proveedor, posterior esta la atención al cliente con un 13.3% y finalmente los encuestados manifiestan que por la facilidad de pago que tenga una empresa se cambiarían de proveedor.

7.¿ Recomendarías nuestro servicio?

203 respuestas

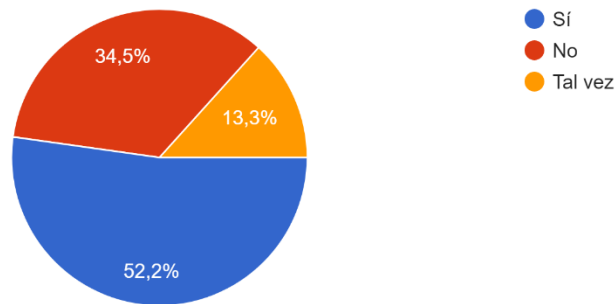


Tabla 10.Tabla resumen pregunta siete

CONCEPTO	RESPUESTAS	%
SI	107	52.20%
NO	70	34.5%
TAL VEZ	26	13.3%

Realizado por: Pilar, F. (2020)

Análisis: Un 52.2% de los encuestados manifiestan que en su momento recomendarían el servicio de Enlace Negocios Fiduciarios, mientras que un 34.5% indican que no recomendarían el servicio y por último se encuentran los encuestados con un 13.3% mencionan que tal vez recomendaría el servicio.

8. ¿Considera que la experiencia del personal es importante?

203 respuestas

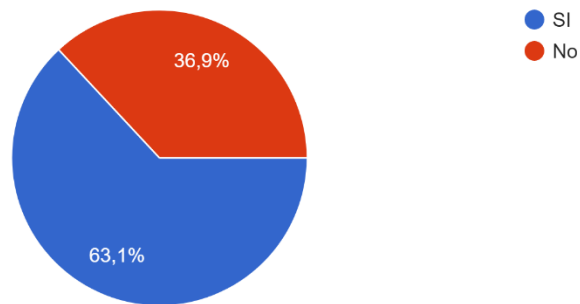


Tabla 11. Tabla resumen pregunta ocho

CONCEPTO	RESPUESTAS	%
SI	128	63.1%
NO	75	36.9%

Realizado por: Pilar, F. (2020)

Análisis: Podemos observar que un 63.1% de los encuestados manifiestan que la experiencia del personal es importante para dar un servicio de calidad, mientras que un 36.9% manifiesta que la experiencia no es importante para la calidad de un servicio de excelencia.

9. ¿Cree que con el uso de nuestro servicio mejoraría las finanzas de su organización?

203 respuestas

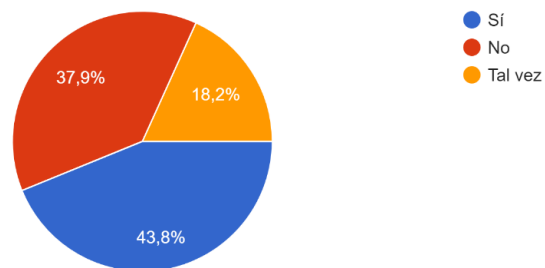


Tabla 12. Tabla resumen pregunta nueve

CONCEPTO	RESPUESTAS	%
SI	89	43.8%
NO	77	37.9%
TAL VEZ	37	18.2%

Realizado por: Pilar, F. (2020)

Análisis: Un 43.8% del total de los encuestados indican que las finanzas de sus organizaciones mejorarían con el uso de los servicios de Enlace Negocios Fiduciarios, mientras que un 37.9% indican que las finanzas de sus organizaciones no mejorarían con el uso del servicio de Enlace Negocios Fiduciarios

Finalmente, un 18.2% indican que las finanzas de sus empresas tal vez mejorarían.

10. ¿Considera que el recurso físico es importante para brindar un servicio de calidad?

203 respuestas

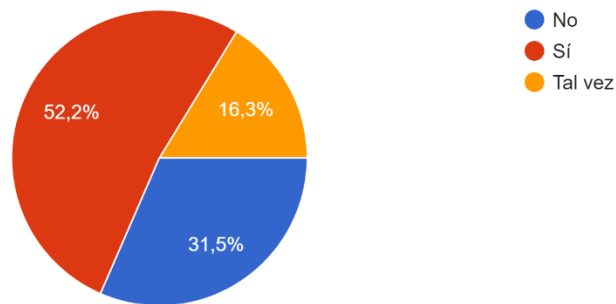


Tabla 13. Tabla resumen pregunta diez

CONCEPTO	RESPUESTAS	%
NO	64	31.5%
SI	106	52.2%
TAL VEZ	33	16.3%

Realizado por: Pilar, F. (2020)

Análisis: Un 52.2% de los encuestados consideran que los recursos físicos son importantes para brindar un servicio de calidad, por otra parte, un 31.5% considera que los recursos no son importantes para brindar un servicio de calidad.

Conclusiones de la investigación de mercados

Como punto siguiente se redactará un análisis en general de los resultados obtenidos referente a la aplicación de un modelo CANVAS poniendo énfasis en la segmentación en la viabilidad de incrementar el target de clientes que mantiene Enlace Negocios Fiduciarios, dicho target son organizaciones del sector salud privada del Distrito Metropolitano de Quito, teniendo como muestra un numero de 202 clínicas y/o hospitales privados, tomando en cuenta la zona urbana.

- Como primer y principal punto tenemos la segmentación de clientes, la cual tiene un enfoque al sector de salud privada del Distrito Metropolitano de Quito, se considera una gran oportunidad ya que pertenecen a un sector económico que hoy en día tiene una alta demanda por parte de clientes.
- Otro dato que se debe considerar es que un 72.9% le es indiferente donde adquirir el servicio de administración de fideicomisos, esto se lo puede ver como un punto negativo ya que se debe tomar medidas que mejoren el plan de marketing o a su vez implementar un plan de marketing, para dar a conocer el servicio que presta Enlace Negocios Fiduciarios.
- Considerando que un 45.3% de personas encuestadas, indican que si utilizarían los servicios que presta Enlace Negocios Fiduciarios, esto lo podemos ver como un punto positivo el cual debemos aprovecharlo de la mejor manera posibles.
- Dentro de la prestación del servicio, un 63.1% de los encuestados manifiestan que la experiencia del personal es importante, mismo aspecto se relaciona con el primer criterio a elegir que un 48.8% de encuestados indican que la calidad del servicio es lo

que importa, por ende, si existe personal con experiencia y capacitado como segundo punto existirá una excelente calidad en el servicio.

- Por último, se considera a las preguntas tres y cuatro como preguntas claves en la cual nos enfocaremos para seguir con la presente investigación, estas indican la aceptación por parte de los futuros clientes del sector de la salud privada.

CAPITULO III

Propuesta

Al término de la investigación de mercado, con los resultados obtenidos habiendo impartido las medidas correctoras correspondientes, se procederá a desarrollar el Modelo de Negocio CANVAS. Es prioritario elaborar un lienzo, los elementos deberán ir en los respectivos bloques para elaborar el Modelo CANVAS, de esta manera se podrá hacer alguna corrección en caso de que sea necesario.

Como se ha mencionado anteriormente el modelo CANVAS analiza aspectos internos o externos de una empresa.

- Aspectos externos

Figura 12. Aspectos externos de una empresa



Elaborado por: Pilar F, (2020)

- Aspectos internos

Figura 13. Aspectos internos de una empresa



Elaborado por: Pilar F, (2020)

3.1 Segmentos de mercado

En efecto las organizaciones necesitan tener una identificación clara de sus clientes. Como se mencionó en un principio los clientes son importantes para el funcionamiento de una organización, puesto que sin la existencia de ellos no existiría motivo alguno para brindar servicios.

Existen varios segmentos de mercado identificados y explicados a continuación

Mercado de masas: Incluye tratar con todos (es decir, cualquiera puede convertirse en un cliente potencial).

Nicho de mercado: Básicamente se refiere a la especialización.

Mercado segmentado: Identificar varios segmentos del mercado con necesidades y problemas ligeramente diferentes.

Mercado diversificado: Son aquellos que tienen un modelo de negocio diversificado por ende un mercado diversificado.

La segmentación cuenta con condiciones a continuación explicadas:

Variables geográficas: los clientes se clasificarán según su residencia e interés en obtener servicios.

Variables demográficas: en otras palabras, según la edad y el grupo, qué tipos de clientes pueden necesitar el servicio.

Variables psicológicas: depende del tipo de personas necesitadas y su nivel socioeconómico.

Variables de comportamiento: es decir, se clasifican según su interés en recibir servicio.

- Geográfico

El presente tiene como finalidad proponer un modelo de negocio CANVAS para la empresa Enlace Negocios Fiduciarios para que de esa manera aumenten las ventas, esto se lo llevara a cabo con la amplitud del segmento o target de clientes enfocándose en las empresas privadas del sector de la salud del Distrito Metropolitano de Quito, zona urbana, para ello se realiza la segmentación geográfica considerando que la ciudad, se divide en 9 agencias administrativas regionales Anexo D, incluidas 32 parroquias urbanas Anexo C. La ciudad está dividida en barrios. Según la "Ley Orgánica de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización",

Los barrios de Quito es la división política y administrativa a veces más pequeña de la ciudad y el área metropolitana de Quito. Estas áreas son: Cárcelen y las parroquias del Condado en el Norte, Belisario Quevedo y Mariscal Sucre al centro consiste en los centros históricos de San Juan e Itchimbia, al sur, con Magdalena, Chilibulo y Puengasi Guamaní y Turubamba en el sur en el valle.

- Demográfico

En este proyecto, se tendrá en cuenta la variable de ingresos que tiene cada empresa que será medio-alto que va desde los 50.000 a 250.000 dólares anuales, de igual manera el sector al cual pertenece como salud humana privada.

- Psicográfico

Empresas privadas del sector de la salud humana que deseen incrementar sus finanzas.

No se descartará el mercado con el que cuenta actualmente Enlace Negocios Fiduciarios, sin embargo, se sugiere una diversificación de clientes dirigida a empresas privadas del sector de la salud humana del Distrito Metropolitano de Quito, como hospitales, clínicas de las distintas especialidades, estas serán de la zona urbana.

Estas empresas deberán tener características similares como:

Empresas constituidas con fines de lucro para brindar mayor comodidad y atención de calidad a pacientes a cambio del pago que reciben por el servicio prestado.

Brinden atención y servicio personalizada a personas que tengan hijos con alguna enfermedad.

Realice un diagnóstico y posterior un tratamiento al cliente.

Brinden trabajo a profesionales de la salud y personal de servicio.

Cuenten con una instalación, en la cual puedan realizar las distintas funciones.

Contar con una tecnología actualizada y óptimo funcionamiento.

3.2 Propuesta de valor

Para fidelizar al cliente

- Implementación de un servicio post-venta
- Atención personalizada

Para lograr atraer al sector de la salud privada especialidad pediatría la propuesta de valor es

- Implementar sistemas de control y mejora de productividad en el sector de la salud.

Implementar un sistema de control de productividad efectivo para eliminar el problema de la baja productividad, porque debido a la baja productividad se perderá la competitividad global. Se comparará el tiempo real de ejecución del trabajo con el tiempo estándar, analizar la desviación y su causa, y para posterior hacer que su sistema de mejora continua funcione normalmente.

- Realizar concursos para convenios de salud a empleados de Enlace Negocios Fiduciarios, de esta manera permitir que los empleados puedan tener un seguro médico privado para hacerse atender ellos y a terceras personas como hijos y esposos,

la empresa pagara un 50% del seguro, mientras que el otro 50% lo pagaran los empleados.

- Servicio personalizado

Adaptación del servicio que presta Enlace Negocio Fiduciarios a las necesidades específicas de cada uno de los clientes.

- Reducción o inexistencia de riesgos en la administración de su empresa

En general

- Se propone ser parte de las fiduciarias que brinden el servicio al sector de salud privada especialidad pediatría, de igual manera brinde descuentos al mismo sector.
- Respeto a la atención al cliente será impartida por personal con experiencia mínima de 2 años en el cargo y con una profesión de tercer nivel en Ciencias Administrativas o afines siendo así un servicio atractivo, profesional y eficaz.

- Por otra parte, el recurso físico causara una buena imagen en el servicio al cliente.

Edificios e instalaciones: Poseer una edificación excelente para mejorar el servicio al cliente, es decir, si el cliente desea acudir a la empresa averiguar sobre el proceso administrativo que Enlace Negocios Fiduciarios realiza en su empresa, el cliente podrá hacerlo en instalaciones de excelencia.

- Medios de transporte: Que el personal que mantenga relación cara a cara con el cliente tenga medios de transporte.
- El personal deberá tener todos los materiales para la producción de servicios.

- Como último que la empresa realice sus actividades bajo las leyes y normas establecidas a nivel institucional y nacional, de igual manera que se encuentren bajo agentes reguladores.

3.3 Canales

Debido a la intangibilidad del servicio, y a encontrarse en un mismo territorio Distrito Metropolitano de Quito, el proceso y la actividad de venta requiere un contacto personal entre el productor y el consumidor, por ende, se aplica un canal propio de distribución directa.

A continuación, se explica cada uno

Productor: Personal del área de negocios

Consumidor: lista de clientes de Enlace Negocios, organizaciones del sector de la salud privada como hospitales, clínicas del Distrito Metropolitano de Quito

Hoy en día el internet las redes sociales son muy utilizadas y últimamente se han convertido en esenciales, por ende, el canal que se utilizara es el propio haciendo uso de la página web y redes sociales de la empresa, ya que este reporta un margen alto de beneficio, todo canal de distribución tiene sus fases a continuación explicadas.



Figura 14. Canal Directo de Distribución, Quiroa (2020).

La información del servicio que presta Enlace Negocios Fiduciarios será presentada

- A nivel digital haciendo uso de las redes sociales como publicaciones en facebook, twitter, Instagram, en general medios webs existentes en la empresa, plataforma web, anuncios pagados, blogs.
- De formar física debido al poco conocimiento del servicio que presta la empresa se realizara conferencias a empresas del sector de la salud privada.
- El cliente impartirá su criterio (testimonio de clientes) de acuerdo a la calidad de servicio que recibió.
- Servicio post-venta

Tabla 14. Fases de canal

INFORMACION	El cliente podrá adquirir información del servicio mediante redes sociales y vía
-------------	--

	<p>telefónicas una vez teniendo contacto con los clientes concretar una reunión para poder ampliar la información del servicio de igual manera podrán obtener información del servicio mediante información plantada en la página web de la empresa, por último, mediante visitas a clientes por parte del personal del área de negocios.</p>
EVALUACION	<p>El cliente podrá evaluar el servicio que adquiere mediante redes sociales, buzón instalado en las oficinas de Enlace Negocios Fiduciarios, mediante vía telefónica, y por visitas de líderes o jefes de área al cliente.</p>
COMPRA	<p>El cliente podrá adquirir el servicio visitando las instalaciones de Enlace Negocios Fiduciarios o a su vez con visitas por parte del personal de Enlace Negocios Fiduciarios área de negocios al cliente en sus instalaciones o fuera de ella.</p>
ENTREGA	<p>El servicio será entregado de manera eficiente con personal altamente capacitado que administren sus negocios, haciendo uso de tecnología de punta</p>
POSVENTA	<p>El cliente tendrá como servicio postventa mensualmente un informe detallado de los movimientos que se han realizado en la administración de su negocio.</p>

Elaborado por: Pilar F. (2020)

3.4 Relaciones con clientes

La relación que se mantendrá con el cliente es personalizada ya que los clientes serán atendidos por una persona en concreto, esta relación estará basada en la captación y fidelización de clientes, haciendo uso de la categoría de asistencia personal exclusiva en el cual un empleado del área de negocios se dedica específicamente a un cliente determinado, también se usara la categoría creación colectiva en la cual los clientes dan su comentario para crear valor a otros posibles clientes. Preocuparse por la relación con los clientes significa un

monitoreo adecuado de sus hábitos de compra, pero también buscar una interacción frecuente, es decir, mejorar la retroalimentación a través de la retroalimentación

- Enlace Negocios Fiduciarios cuenta con un punto de venta ubicada en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito, Av. Naciones Unidas y Amazonas en el edificio de la Previsora, de esta manera se establecerá la relación con el target de clientes, mediante el servicio personal el cliente recibirá un servicio de calidad, personalizado y directo.
- Se recolectará información de cliente, con el objetivo de generar una base de datos, la cual servirá para realizar llamadas telefónicas, permitiendo ofrecer el servicio post venta.
- En los últimos años la tecnología se ha convertido en una herramienta indispensable, ha funcionado como un puente que ayuda en la comunicación de clientes y productor, de esta manera se propone fortalecer la presencia de la empresa en las redes sociales para poder atraer clientes, utilizando las siguientes herramientas como Facebook, Instagram, Twitter, realizar anuncios publicitarios en páginas web.

3.5 Fuentes de ingreso

Las fuentes de ingreso tienen varios beneficios uno de ellos y el más importante es el flujo. Existen diferentes mecanismos de fijación de precios: lista de verificación Fijar precio, negociar, subasta, mercado de prensa, prensa Gestión de cantidad o rentabilidad.

Se usará los ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos, ya que se oferta un servicio constante de esta manera se recibirá ingresos constantes. La forma en que vamos a generar una fuente de ingreso es la de cuota por suscripción ya que accedes a un servicio de manera

interrumpida, y la de publicidad. Se utilizará un mecanismo dinámico de fijación de precios ya que dependerá del servicio que el cliente adquiera.

Para ello se propone servicios mediante la cual se obtendrá fuentes de ingresos

- Administración de proyectos inmobiliarios: Vela por la utilización de terceros en proyectos inmobiliarios, es el proceso mediante el cual un constituyente aporta un fideicomiso inmueble, planos etc. Se necesita de la firma de un contrato en el cual se establece la administración la construcción y comercialización de un proyecto inmobiliario.
- Administración de bienes: Un cliente transfiere bienes a un fideicomiso con el objetivo de que este lo administre con el beneficio propio o a su vez del beneficio de terceras personas.
- Administración de cartera: Un cliente permite la administración de su cartera de distinta índole, se debe cumplir a una serie de instrucciones que deberán ser establecida y mencionadas en el contrato.
- Administración de flujos de derechos de cobro: Se otorga a la fiduciaria una o varias fuentes de ingreso las cuales tienen como objetivo o destino tener un flujo futuro para que la fiduciaria la pueda administrar de acuerdo a las directrices establecidas en el contrato.
- Administración patrimonial: Administración del patrimonio conformado por la participación de bienes de distinta índole, se debe cumplir con lo establecido en el contrato.

- **Inversión:** Tiene como objetivo recibir dinero para posterior realizar inversiones debidamente estudiadas que tengan un resultado positivo a favor del beneficiario
- **Encargos Fiduciarios:** Una fiduciaria recibe un mandato irrevocable, con el fin de que esta cumpla instrucciones establecidas anteriormente con el cliente

Mecanismos de fijación de precios

Fijo Los precios predefinidos se basan en variables estáticas		Dinámico Los precios cambian en función del mercado	
<i>Lista de precios fija</i>	Precios fijos para productos, servicios y otras propuestas de valor individuales	<i>Negociación</i>	El precio se negocia entre dos o más socios y depende de las habilidades o el poder de negociación
<i>Según características del producto</i>	El precio depende de la cantidad o la calidad de la propuesta de valor	<i>Gestión de la rentabilidad</i>	El precio depende del inventario y del momento de la compra (suele utilizarse en recursos perecederos, como habitaciones de hotel o plazas de avión)
<i>Según segmento de mercado</i>	El precio depende del tipo y las características de un segmento de mercado	<i>Mercado en tiempo real</i>	El precio se establece dinámicamente en función de la oferta y la demanda
<i>Según volumen</i>	El precio depende de la cantidad adquirida	<i>Subastas</i>	El precio se determina en una licitación

Figura 15. Mecanismo de fijación de precios, Osterwalder, Lienzo de modelo de negocio canvas (2011)

3.6 Recurso clave

Una vez trabajado con los clientes establecido el target de clientes, hay que poner atención en la parte interna de la empresa, tomaremos en cuenta lo analizado y especificado anteriormente.

Los recursos claves pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos, cada empresa depende del giro de negocio para tener un recurso clave.

- Humanos

En este caso Enlace Negocios Fiduciarios debería contar con un recurso clave humano, por eso se debe considerar para el área de negocio a personas con experiencia de 2 años y título de tercer nivel en Administración de Empresas o afines, cada administrador tendrá un asistente, por otro lado el personal tendrán capacitaciones mensuales respecto a la atención al cliente este en el área que este, y otra capacitación respecto al área en la que se desempeña, por otro lado se dará motivaciones tanto económicas como personales, como último punto se preocupara por la salud del empleado por eso se implementara las pausas activas, y se tendrá todas las medidas de seguridad en el trabajo, como es la utilización de la EPP.

- Físicos

Infraestructura de calidad

Vehículos al personal de negociación

Sistemas informáticos actualizados

- Económicos

Los recursos financieros propios de la empresa serán:

Aportaciones de socios

Utilidades

Mientras que los recursos financieros ajenos:

Prestamos de acreedores y proveedores

Créditos bancarios y privados.

3.7 Actividades clave

Las actividades claves que realiza Enlace Negocios Fiduciarios son de categoría resolución de problema ya que esta es utilizada en empresas que prestan un servicio.

Las actividades claves serán:

- Planes de fidelización.
- Marketing tanto tradicional, digital y corporativo.

Tradicional: Utilizando la radio, televisión y medios impresos.

Digital: Aplicando el marketing de contenidos en redes sociales, esto con el fin de traer clientela y fidelizarla esta, utilizaremos las redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram.

Corporativo: Restructurando o a su vez mejorando el sitio web corporativo, tanto en servicio que presta, cuál es su mercado, misión, visión, objetivos, todo lo relacionado a la empresa esto con el fin de que el cliente conozca más a fondo de la empresa.

- Organizar la manera en la que se va administrar un fideicomiso, la forma, la persona, y fechas.
- Administración de presupuesto gestionar el presupuesto del cliente procurando la mayor ganancia, tomando en cuenta la inversión de recursos claves como físicos, humanos, materiales.
- Capacitaciones al personal

Esta es la realizara con el objetivo de perfeccionar y desarrollar como trabajador a los empleados de Enlace Negocios Fiduciarios

Tanto interna como externa:

Interna: las capacitaciones internas se lo realizan el líder o jefe de cada departamento.

Externas: estas capacitaciones lo realizan entes ajenos a la empresa.

Los temas por los cuales se puede dar una capacitación son:

Seguridad y Salud Ocupacional: por lo general muchas empresas no le dan la importancia que este requiere, ya que se refiere como su nombre lo indica a la salud del trabajador esto se refiere a las posturas de cada empleado, pausas activas, hábitos y en general al bienestar del empleado.

Gestión de procesos y mejora continua: toda empresa debería estar en constante cambio para mejorar su producto o servicio, por ende, se debe capacitar al cliente para mejorar e incrementar los procesos a seguir de cada área.

Continuidad del negocio: se debe brindar una capacitación al personal respecto a las actividades netas de la empresa y sobre todo del área en la que cada empleado se desarrollará de esta manera poder llegar a los objetivos planteados tanto del área como institucionalmente.

- Motivación al personal

Se implementará una recompensa tanto intrínseca como extrínseca, las dos son realmente necesarias para tener un equipo de trabajo motivado, implementando los dos tipos de motivaciones se pretender llegar a la combinación perfecta.

Intrínseca: realiza su trabajo sin esperar nada a cambio, pone su 100% por lograr su trabajo, esto se debe a que el trabajador hace las cosas porque le gusta y no porque le obligan ni por nada a cambio, su recompensa en este caso es realizar ese trabajo.

Extrínseca: Se basa en realiza el trabajo no porque le gusta sino porque recibe algo a cambio, en el caso de en empleado es la recompensación económica, como sueldos, comisiones o su vez premios por llegar a la meta planteada.

Los beneficiarios en la mezcla de este tipo de motivaciones serán tanto el empleador como el empleado.

3.8 Socios clave

Como penúltimo punto del modelo CANVAS, trata de los socios claves con las que debe contar Enlace Negocios Fiduciarios, que sirva de ayuda para poder realizar las actividades claves de la empresa, reducir riesgos.

- Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras (Socios de la salud)

Establecer convenios con:

Organismos de trabajadores de la salud

Asociaciones de odontólogos pediatras, ginecólogos y especialidades en general.

Federaciones de odontólogos pediatras, ginecólogos y especialidades en general.

Amigos médicos

- Socio Educativo

Mediante los mencionados a continuación, el personal de Enlace Negocios Fiduciarios recibirá capacitaciones, adicionales a las internas por parte de los líderes o jefes de área.

Superintendencia de Compañías

Colegio de Contadores

- Socios Financieros

Con relación al financiamiento, se solicitará para realizar una inversión en los activos fijos para ello se analiza los siguientes bancos:

	BANC. AUSTRO	BANC.PICHINCHA	BAN. SOLIDARIO
MONTO	60000	50000	45000
TASA ANUAL	19%	18%	18.5 %
PLAZO	60 MESES	72 MESES	55 MESES

Una vez analizado los bancos propuestos, considerando los beneficios, y sobre todo el interés anual y monto se proceder a escoger el Banco Pichincha como fuente de financiamiento.

Requisito:

- ✓ Solicitud de crédito completo.
- ✓ Copia de RUC.
- ✓ Copia de cédula y nombramiento del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Certificado de cumplimiento de la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Certificado de cumplimiento de obligaciones patronales con el IESS. Nómina de socios y/o accionistas.
- ✓ Acta de Junta General u órgano competente autorizando la contratación del crédito.
- ✓ Referencias bancarias.

- ✓ Dos referencias comerciales (en caso de importaciones adjuntar copias de facturas).

3.9 Estructura de costos

Como último punto de los bloques del Modelo CANVAS está la estructura de costos.

Debemos tomar en cuenta las inversiones, costos y gastos que la empresa realiza.

Inversión: bienes de larga duración, ya que la empresa ya está constituida y tienen sus muebles la inversión no sería alta o podría ser nula.

Costo: Tiene que ver con la estructura del servicio que presta la empresa.

Gastos: Esquemas de apoyo como administrativos, determina los niveles de calidad.

Los elementos que debemos identificar son costos fijos como variables

Fijos: Son aquellos de permanecía constante no dependen de las ventas.

Variables: Son aquellos que cambia de acuerdo a los niveles de ventas.

Es de vital importancia mencionar que los gastos dependen del giro de la empresa, a continuación, se presenta una tabla mediante la cual indicamos los gastos mensuales de la empresa.

Tabla 15. Gastos mensuales

GASTOS MENSUALES			
CONCEPTO		CANT. PERSONAS	TOTAL
SUELDOS	DIRECTORES	4	1635,76

	GERENTES	4	1512,28
	SUPERVISORES	2	556,14
	ADMINISTRADOR SENIOR	6	2268,42
	ADMINISTRADOR JUNIOR	3	921,15
	OPERATIVO	4	1226,2
	ASISTENTE	4	1220,12
	AUXILIAR	4	1216
GASTOS INDIRECTOS	RENTA	-	900
	TEEFONO	-	400
	LUZ	-	650
	AGUA	-	300
	INTERNET	-	230
GASTOS AMINISTRATIVOS	PAPELERIA	-	350
	MKT	-	900
	PRESTAMOS	-	800
GASTOS DE OPERACIÓN	TRANSPORTE	-	500
	ATENCION POST-VENTA	-	400
TOTAL			15986,07

Elaborado por: Pilar, F. (2020)

Para el cálculo de los sueldos se toma en cuenta la tabla del salario mínimo sectorial fiduciaria Anexo F, se debe menciona que se le descuenta 1,50 diario al personal por alimentación en buffet, de igual manera se descuenta de un seguro privado que los empleados de acuerdo al sueldo que reciben se les descuenta ya sea 60 o a su vez 30 dólares de su sueldo, adicional se les paga al personal de gerencia, ejecutivos, y administradores por vehículos propios.

A continuación, se presenta la tabla del cálculo de sueldo a pagar mensualmente

Tabla 16. Sueldos

SUELDOS MENSUALES						
PUESTOS	SUELD O	APORT E	ALMUERZ O	SEGURO MEDICO	TRANSPORT E	TOTA L

GERENTES	407,44	38,5	0	60	100	408,94
EJECUTIVOS	406,48	38,41	30	60	100	378,07
SUPERVISOR ES	406,48	38,41	30	60		278,07
ADMI. SENIOR	406,48	38,41	30	60	100	378,07
ADMI. JUNIOR	405,36	38,31	30	30		307,05
OPERATIVO	404,8	38,25	30	30		306,55
ASISTENTE	403,12	38,09	30	30		305,03
AUXILIAR	402	38	30	30		304

Elaborado por: Pilar, F. (2020)

3.10 Lienzo del modelo de negocio

<p>SOCIO CLAVE</p> <p>Socios de la salud: Organismos de trabajadores de la salud, asociaciones de odontólogos pediatras, ginecólogos y especialidades en general Amigos médicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Socio Educativo: Superintendencia de Compañías • Colegio de Contadores • Socios Financieros: Banco de Pichincha 	<p>ACTIVIDAD CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planes de fidelización • Marketing tanto tradicional, digital y corporativo. • Capacitaciones al personal • Motivación al personal 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para fidelizar al cliente: Implementación de un servicio post-venta, atención personalizada. y de calidad • Para atraer al sector de la salud: Implementar sistemas de control y mejora de productividad en el sector de la salud • Reducción o inexistencia de riesgos en la administración de su empresa 	<p>RELACION CON CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada • Servicio post-venta • Redes Sociales 	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p> <p>Empresas privadas del sector de la salud humana del Distrito Metropolitano de Quito zona urbana</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hospitales privados • Clínicas privados de las distintas especialidades en medicina odontología, pediatría, ginecología, oftalmología.
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir gastos administrativos, indirectos y directos. • Determina costos fijos y variables • Determinar una inversión inicial tomando en cuenta los gastos anteriormente mencionados y de marketing. 	<p>FUENTES DE INGRESO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de proyectos inmobiliarios • Administración de bienes • Administración de cartera • Administración de flujos de derechos de cobro • Administración patrimonial • Inversión • Encargos Fiduciarios 			

Elaborado por Pilar F, (2020).

3.11 Plan de acción

Tabla 17. Plan de acción

INFORMACION	El cliente podrá adquirir información del servicio mediante redes sociales y vía telefónicas una vez teniendo contacto con los clientes concretar una reunión para poder ampliar la información del servicio de igual manera podrán obtener información del servicio mediante información plantada en la página web de la empresa, por último, mediante visitas a clientes por parte del personal del área de negocios.
EVALUACION	El cliente podrá evaluar el servicio que adquiere mediante redes sociales, buzón instalado en las oficinas de Enlace Negocios Fiduciarios, mediante vía telefónica, y por visitas de líderes jefes de área al cliente.
COMPRA	El cliente podrá adquirir el servicio visitando las instalaciones de Enlace Negocios Fiduciarios o a su vez con visitas por parte del personal de Enlace Negocios Fiduciarios área de negocios al cliente en sus instalaciones o fuera de ella.
ENTREGA	El servicio será entregado de manera eficiente con personal altamente capacitado que administren sus negocios, haciendo uso de tecnología de punta
POSVENTA	El cliente tendrá como servicio postventa mensualmente un informe detallado de los movimientos que se han realizado en la administración de su negocio.

Elaborado por: Pilar F, (2020)

Conclusiones

Para dar inicio menciona las conclusiones, es de vital importancia recordar que en el desarrollo de la tesis se empleó dos hipótesis, la primera es la ampliación de su cartera de clientes de la empresa Enlace Negocios Fiduciarios consecuente a ello se podría elevar las utilidades de la misma, la segunda implementar un Modelo de Negocio CANVAS el cual mediante su aplicación se pueda garantizar el éxito, mejoramiento y crecimiento de la empresa.

El modelo CANVAS nos permite representar gráficamente los factores tanto internos como externos de la empresa, sin importar el giro de la empresa, el modelo CANVAS nos permite jugar con cada bloque ampliando cada uno de ellos, estos relacionados unos con otros.

- Considerando los antecedentes de Enlace Negocios Fiduciarios de igual manera los bloques del modelo CANVAS, se han enfocado en el primer bloque segmento de clientes el cual nos facilitó la obtención de herramientas para poder determinar de manera clara el nuevo target de clientes, por ello concluimos que el modelo CANVAS, resultado de gran ayuda para poder elegir e incrementar el target de clientes, dicha cartera de clientes se refiere a empresas privadas del sector de la salud ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito, zona Urbana haciendo del mercado selectivo.
- Podemos concluir que el proyecto de Enlace Negocios Fiduciarios es rentable y atractivo enfocándose en el nuevo target de cliente Sector de la Salud Privada, el cual de acuerdo al resultado que se evidencio posterior al análisis de las encuestas realizadas, muestra un grado de aceptación positivo.

- Se puede concluir también que el modelo CANVAS es una herramienta que se puede aplicar en cualquier tipo de negocio y en cualquier etapa en la que se encuentre este, como nacimiento, infancia, adolescencia y madurez de una empresa.
- El modelo CANVAS da a conocer la necesidad e importancia que tienen cada empresa con la relación que debe tener con sus clientes, para de esta manera lograr cumplir con las metas u objetivos que este planteado, de esta manera se busca que Enlace Negocios Fiduciarios tenga claros sus objetivos y la forma en la cual se van a relacionar con sus cliente, actualmente las empresas tienen claro de la importancia de relacionarse de manera personal, esto puede ser un punto a favor para la empresa dado en su gran mayoría las fiduciarias existentes lo hacen de manera empírica.
- De igual manera resulta factible las asociaciones claves con las que debe contar Enlace Negocios Fiduciarios para poder atraer a empresas privadas del sector de la salud ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito, zona Urbana.

Recomendaciones

- Mantener actualizado el diagnóstico situacional del área de negocios tres años después de aplicar el modelo de negocio CANVAS, con la finalidad de analizar los resultados que se ha obtenido con la aplicación del modelo CANVAS y posterior proponer alternativas y estrategias de mejora.
- Promover el desarrollo y cumplimiento del modelo de negocio CANVAS con la finalidad de tener un enfoque claro del segmento nuevo de mercado con el que cuenta Enlace Negocios Fiduciarios, de igual manera la relación que se debe tener con los clientes para llegar a fidelizar a la clientela o a su vez atraer más clientes.
- Para el desarrollo y sostenimiento de Enlace Negocios Fiduciarios es preciso fomentar la creación de asociaciones empresariales claves relacionadas con el sector de la salud privada, esto dado a que el nuevo enfoque de target de clientes es del mismo sector, con la finalidad de apalancar nueva clientela
- La atención al cliente una de las prioridades de toda empresa, se recomienda capacitar e incentivar de manera permanente al personal para que este pueda brindar la atención personalizada de calidad que se espera por parte del cliente.

Bibliografía

(s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Fideicomiso>

Blank, S. (2013).

Blank, S. (21 de Junio de 2013). Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=cnyBTdH2TKc>

Blank, S. (28 de Junio de 2013). "*Fuentes de ingresos y precio*". *Crea tu Startup* . Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=1gYZvbSd-jA>

Blank, S. (24 de Mayo de 2013). "*Las actividades principales (Canvas)*". *Crea tu Startup*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=38tpq36_WZQ

Blank, S. (14 de Junio de 2013). "*Los canales de distribución*". *Crea tu Startup con UniMOOC*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=jsBvNAevCPw>

Blank, S. (18 de Marzo de 2014). *Steve Blank 2.01: "La propuesta de valor"*. *Crea tu Startup con UniMOOC*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=5KB40v_xe4g

Blog. (2019). *Segmentación de mercado para Emprendedores*. Obtenido de [Fotografía]: <https://desygner.com/es/blog/segmentacion-de-mercado/>

Casanueva, J. G. (2000). *Prácticas de la Gestión Empresarial* . España.

Chiavenato, I. (1993). En *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial* (pág. 4).

Código Civil. (s.f.). Título VIII- Limitaciones del dominio y de la propiedad fiduciaria. Ecuador.

Código de Trabajo. (16 de Diciembre de 2005). Disposiciones Fundamentales. Ecuador.

Conrado y mas . (s.f.). *La escalera de relación con los clientes*. Obtenido de [Fotografía]: <https://conradoymas.com/escalera-de-relacion-con-los-clientes/>

Diccionario de la Real Academia Española . (1992). *Empresa*. Madrid : Espasa Calpe, S.A.

EconLink. (s.f.). *Recursos de una Organización*. Obtenido de [Fotografía]:

<https://www.econlink.com.ar/recursos>

Enlace Negocios Fiduciarios. (2019). *Enlace Negocios Fiduciarios*. Obtenido de

<https://www.enlace.ec/>

Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores. (2019). *Escuela de Negocios de la*

Innovación y los Emprendedores. Obtenido de <https://www.iebschool.com/>

Farber, P. B. (s.f.). *199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad*.

Kavadias, S. K. (2016). *El modelo de negocio transformador*. Obtenido de El modelo de negocio

transformador <https://maaw.info/ArticleSummaries/ArtSumKavadiasLadasLoch2016.htm>

Osterwalder, A. (2011). *Canales* . Obtenido de

<http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>

Osterwalder, A. (2011). *Fuentes de ingreso*. Obtenido de

<http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>

Osterwalder, A. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Obtenido de

<http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>

Osterwalder, A. (2011). *Lienzo de modelo de negocio canvas*. Obtenido de [Fotografía]:

<http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>

Quiroa, M. (2020). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/canal-de-distribucion-directo.html>

Rankia. (2011). *El ciclo de vida de los productos* . Obtenido de [Fotografía]:
<https://www.rankia.com/blog/mundodelaempresa/1110194-marketing-ciclo-vida-productos-importancia-innovar>

Real academia Española. (2019). Obtenido de <https://dle.rae.es/fideicomiso%20?m=form>

Real Academia Española. (2019). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de
<https://dle.rae.es/administraci%C3%B3n?m=form>

Ricart, J. E. (2007). *Modelo de negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica*. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf>

Anexos

Anexo A. Tabla de clientes de enlaces fiduciarios, *Enlace Negocios Fiduciarios (2020)*

EMPRESA	CARGO	DIRECCION	CONTACTO
DRMVQ	Especialista de Autorización y Registro	Roca 660 y Amazonas, Edificio Superintendencia de Compañías, Piso 5	Cristian Maldonado
DRMVQ	Especialista de Fiscalización	Roca 660 y Amazonas, Edificio Superintendencia de Compañías, Piso 4	Cristian Maldonado
DRMVQ	Subdirectora de Fiscalización	Roca 660 y Amazonas, Edificio Superintendencia de Compañías, Piso 4	Cristian Maldonado
DRMVQ	Subdirectora de Autorización y Registro	Roca 660 y Amazonas, Edificio Superintendencia de Compañías, Piso 5	Cristian Maldonado
DRMVQ	Especialista de Autorización y Registro	Roca 660 y Amazonas, Edificio Superintendencia de Compañías, Piso 4	Cristian Maldonado
DRMVQ	Director Regional de Mercado de Valores Quito	Roca 660 y Amazonas, Edificio Superintendencia de Compañías, Piso 4	Cristian Maldonado
DRMVQ	Especialista de Autorización y Registro	Roca 660 y Amazonas, Edificio Superintendencia de Compañías, Piso 5	Cristian Maldonado
DRMVQ	Especialista de Autorización y Registro	Roca 660 y Amazonas, Edificio Superintendencia de Compañías, Piso 5	Cristian Maldonado
Notaria 2	Notaria	Japon E5-119 y Amazonas	Cristian Maldonado
Notaria 2	Especialista	Japon E5-119 y Amazonas	Cristian Maldonado
Banco del Insittuto Ecuatoriano de Seguridad Social	Asesor de Gerencia	Av. Naciones Unidas, Edificio Plataforma Financiera	Cristian Maldonado
Municipio del Distrito Metropolitano de Quito	Analista Tributario	Zona La Mariscal	Cristian Maldonado
Abogado	Abogado		Cristian Maldonado
Fideicomiso Proyecto Turístico Cruz Loma	Gerente	Fulgencio Araujo y Av. Occidental - Teleférico	Daniela Alvarez
Empresa Agrícola Montaña Fertil Urqupuquna S.A.	Representante Legal	Av Mariana De Jesus E2-24 Av Inglaterra Torres Cantabria	Daniela Alvarez
Fortrock S.A	Gerente Administrativo y Financiero	Av. Orellana E9-195 y Av. 6 de Diciembre	Daniela Alvarez

Superdeportes S.A.	Dpto Tesorería	Av. Galo Plaza Lasso 13205 y de los Cerezos	Daniela Alvarez
Asesores Integrales Mingacorp S.A.	Liquidador	Av. República E8-17 y Av. Diego de Almagro	Daniela Alvarez
Madeira	Gerente	Av. Portugal y Eloy Alfaro	Daniela Alvarez
OCP	Supervisor de Asuntos Corporativos y Relaciones de Gobierno	Edificio la Previsora Tercer Piso	Daniela Alvarez
OCP	Supervisor de Asuntos Corporativos y Relaciones de Gobierno	Quito	
OCP	Supervisor de Asuntos Corporativos y Relaciones de Gobierno		
Perkandalama	Representante Legal	Edificio Kandalama	Daniela Alvarez
Verzam	Abogado	Av. de los Shyris N36-120	Daniela Alvarez
Verzam	Representante Legal	Av. de los Shyris N36-120	Daniela Alvarez
Verzam	Representante Legal	Av. de los Shyris N36-120	Daniela Alvarez
Alaire	Representante Legal	Av. Gaspar de Villarroel E10-121 y Av. 6 de Diciembre.	Daniela Alvarez
BMV Inmobiliaria	Gerente	Amazonas 40-80 y UNP	Lourdes Alcívar
Sun Conservation S.A.	Gerente	Juan Severino E8-38 y D. de Almagro Edif. Argentina Plaza - Ofic. 902	Lourdes Alcívar
Constructora Moviec S.A.	Gerente de Proyectos	Av. 12 de Octubre y Baquerizo	Lourdes Alcívar
Constructora Moviec S.A.	Gerente	Av. 12 de Octubre y Baquerizo	Lourdes Alcívar
Seguros Alianza		Av. 12 de Octubre y Baquerizo	Lourdes Alcívar
Plaza de las Américas		NNUU y América	Lourdes Alcívar
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE AGUA POTABLE Y SANEAMIENTO DE QUITO (EPMAPS)	SECRETARIO DE AMBIENTE	Av. Mariana de Jesús 170135 entre Alemania e Italia.	Maritza Tenemaza
FONDO PARA LA PROTECCION DEL AGUA (FONAG)	SECRETARIO TÉCNICO	AV. Mariana de Jesús 170509 y Martín de Utreras	Maritza Tenemaza

FONDO PARA LA PROTECCION DEL AGUA (FONAG)	COORDINADORA ADMINISTRATIVA-FINANCIERA	AV. Mariana de Jesús 170509 y Martín de Utreras	Maritza Tenemaza
CREPES & WAFFLES-ECUADOR	GERENTE GENERAL	Rabida N26-249 y Av. Fco. de Orellana	Maritza Tenemaza
MAXDRIVE S.A.	GERENTE GENERAL	Av. Galo Plaza Lasso E1-25 y de los Aceitunos	Maritza Tenemaza
MAXDRIVE S.A.	ASISTENTE DE GERENCIA	Av. Galo Plaza Lasso E1-25 y de los Aceitunos	Maritza Tenemaza
SERVIEXEQUIA S.A	GERENTE ADMINISTRATIVA FINANCIERA	Av. Rodrigo de Chávez OE1-147 y Fco. Gómez	Maritza Tenemaza
CORPORATE LEGALES	-	Av. República y Rumipamba (esquina), Edificio Signature Piso 10, oficina 1004	Maritza Tenemaza
OCP ECUADOR	GERENTE SSA	Av. Amazonas 1014 y Naciones Unidas, Ed. Banco La Previsora, Torre A, 3º piso,	Maritza Tenemaza
BARRERA, ANDRADE - CEVALLOS & ABOGADOS BACLAW	CONSTITUYENTE	Av. Amazonas 3655 y Juan Pablo Sanz - Edificio Antisana I, Piso 10 - Oficina 1002	Maritza Tenemaza
LOTE 1 NAYÓN	-	Av. Cplón E9-58 y Av 6 de Diciembre, Edf Cristobal Colón Piso 7, oficina 706.	Maritza Tenemaza
ÁLVAREZ & ASOCIADOS	-	Paseo del Sol S6-656 y Paraíso	Maritza Tenemaza
Banco de Desarrollo del Ecuador	Abogado de División Inmobiliaria	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco de Desarrollo del Ecuador	Arquitecto de División Inmobiliaria	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco de Desarrollo del Ecuador	División Inmobiliaria	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco de Desarrollo del Ecuador	División Inmobiliaria	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco de Desarrollo del Ecuador	División Inmobiliaria	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco del Insittuto Ecuatoriano de Seguridad Social	Gerente General	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco del Insittuto Ecuatoriano de Seguridad Social	Asesor del Gerente General	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco del Insittuto Ecuatoriano de Seguridad Social	Analista	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco del Insittuto Ecuatoriano de Seguridad Social	Analista	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco del Insittuto Ecuatoriano de Seguridad Social	Analista	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores

Banco del Insittuto Ecuatoriano de Seguridad Social	Analista	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco del Insittuto Ecuatoriano de Seguridad Social	Analista	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco del Insittuto Ecuatoriano de Seguridad Social	Director de Inversiones Estratégicas	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco del Insittuto Ecuatoriano de Seguridad Social	Subgerente de Banca de Inversión	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Banco del Insittuto Ecuatoriano de Seguridad Social	Analista	Av. Amazonas Plataforma Financiera	Carlos Flores
Marraquech S.A.	Gerente General	Republica del Salvador y Portugal	Carlos Flores
FONCEJU	Gerente	Av. Amazonas y Unnion Nacional de Periodistas	Carlos Flores
FONCEJU	Abogada	Av. Amazonas y Unnion Nacional de Periodistas	Carlos Flores
EsquemaGroup	Gerente	La Granja	Carlos Flores
Gestor Inc	Gerente de Innovación	Augusto Egas N33-65 y José Bosmediano	Julio Navas
EDIFICAR	Gerente General	Atahualpa OE1-198 y Rampiral, Edificio ABC, piso 12	Patty Salazar
EDIFICAR	Coordinadora Legal	Atahualpa OE1-198 y Rampiral, Edificio ABC, piso 12	Patty Salazar
EDIFICAR	Financiera	Atahualpa OE1-198 y Rampiral, Edificio ABC, piso 12	Patty Salazar
Grupo Global	Asistente de presidencia	Av. Republica del Salvador y NNUU, Edificio Suyana, piso 11	Patty Salazar
Grupo Global	Gerente	Av. Republica del Salvador y NNUU, Edificio Suyana, piso 11	Patty Salazar
Seguro Confianza	Asistente de presidencia	Av. Amazonas y Azuay, Edificio Seguros Confianza, piso 7	Patty Salazar
Seguro Confianza	Gerente de Estrategia Organizacional	Av. Amazonas y Azuay, Edificio Seguros Confianza, piso 7	Patty Salazar
Spingarn & Marks	Coordinador Legal	Av. Atahualpa e1-131 y República, Edificio Corporativo	Patty Salazar
Transtelco	Gerente	AV. COLON 1133 Y AMAZONAS	Patty Salazar
Transtelco	Gerente	AV. COLON 1133 Y AMAZONAS	Patty Salazar
FABARA & COMPAÑÍA ABOGADOS C.L.		Av. Diego de Almagro N 30-118 y Av. Republica	Patty Salazar
TOBAR ZVS		Av. 12 de Octubre, Edif. Torre 1492. ofic. 1505	Alvaro Muñoz

TOBAR ZVS		Av. 12 de Octubre, Edif. Torre 1492. ofic. 1505	Alvaro Muñoz
ACOSAUSTRO S.A.	Gerente General	Av. Colón E1-45 y Av. 10 de agosto, Edif. CFC	Alvaro Muñoz
Campana & Compañía Abogados	Socio	Mariano Aguilera E7-198 y Diego de Almagro Piso 2	Alvaro Muñoz
FERRERE ABOGADOS		Av. 12 de Octubre (diagonal Torre 1492)	Alvaro Muñoz
APREC ABOGADOS		Av. 12 de Octubre, Edif. Concorde, piso 11	Alvaro Muñoz
APREC ABOGADOS		Av. 12 de Octubre, Edif. Concorde, piso 11	Alvaro Muñoz
PANAVIAL / HERDOIZA CRESPO		Lincoln y San Ignacio	Alvaro Muñoz
ONTANEDA-POZO			Alvaro Muñoz
ONTANEDA-POZO			Alvaro Muñoz
Promotores Inmobiliarios Contreras Vega Cia. Ltda.		Av. Naciones Unidas OE3-150 y Veracruz (Proyecto Dream Plaza)	Alvaro Muñoz
SUPERINTENDENCIA DE SCSV	INTENDENTE REGIONAL		Alvaro Muñoz
ASEGURADORA DEL SUR	PRESIDENTE	Av. De los Naranjos N44-463 y De las Azucenas	Alvaro Muñoz
ASEGURADORA DEL SUR	VICEPRESIDENTE		Alvaro Muñoz
BANCO PICHINCHA	VICEPRESIDENTE	Amazonas y Pereira	Alvaro Muñoz
BANCO PICHINCHA		Amazonas y Pereira	Alvaro Muñoz
BANCO PICHINCHA	VICEPRESIDENTE	Amazonas y Pereira	Alvaro Muñoz
BANCO PICHINCHA	GERENTE GENERAL	Amazonas y Pereira	Alvaro Muñoz
BANCO PICHINCHA		Amazonas y Pereira	Alvaro Muñoz
Estudio Jurídico Arízaga		Av. NNUU. e Iñaquito Edificio Metropolitan	Alvaro Muñoz
Mutualista Pichincha	Oficial Administrativa Financiera	18 de Septiembre N4-161 y Juan León Mera	
Mutualista Pichincha	Gerente de Negocios Inmobiliarios	18 de Septiembre N4-161 y Juan León Mera	
Mutualista Pichincha	Vocal del Consejo de Administración	18 de Septiembre N4-161 y Juan León Mera	
Empresas Grupo Proinco en Liquidación		Av. República E8-17 y Av. Diego de Almagro Edif. Casa Blanca 1er piso Of. 1D	

FERRERE ABOGADOS		Avenida 12 de Octubre N26-48 y Lincoln, Edificio MIRAGE, Piso 16	Maritza Tenemaza
LOTE 74			Maritza Tenemaza
APOLO T			Maritza Tenemaza

Anexo B. Tabla de clientes de Enlace Negocios Fiduciarios

1. ¿ Cuenta con personal capacitado que administre su organización	2. ¿Conoce el servicio que brinda Enlace Negocios Fiduciarios?	3.¿Utilizaría el servicio de Enlace Negocios para administrar su organización?	4. Si Enlace Negocios ofrecería descuentos para el sector de salud ¿Estarías dispuesto hacer uso del servicio?	5. Al adquirir un servicio ¿Cuál es tu primer criterio a elegir?	6. ¿Porque motivo cambias de proveedor?	7.¿ Recomendarías nuestro servicio?	8.¿Considera que la experiencia del personal es importante?	9. ¿Cree que con el uso de nuestro servicio mejoraría las finanzas de su organización?	10. ¿Considera que el recurso físico es importante para brindar un servicio de calidad?
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
No	Sí	Sí	Si	Experiencia	Atención al cliente	Sí	SI	Tal vez	Sí
No	No	No	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
No	No	No	Si	Atención al cliente	Atención al cliente	Sí	SI	Tal vez	Sí
Sí	No	Sí	Si	Atención al cliente	Facilidad de pago	Sí	SI	Sí	Sí
No	No	Tal vez	Si	Facilidad de pago	Precio	Tal vez	SI	Tal vez	Tal vez
No	No	No	Si	Calidad	Atención al cliente	Tal vez	No	Sí	No
No	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Experiencia	Calidad	Sí	No	No	Tal vez
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Facilidad de pago	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	Sí	No	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	No	SI	No	No

Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	No	No	Precio	Calidad	No	SI	No	Sí
No	No	Sí	Si	Calidad	Atención al cliente	Sí	No	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	No	No	Precio	Calidad	No	No	No	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	No	No	Facilidad de pago	Calidad	Tal vez	SI	Tal vez	No
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	No	No
Sí	No	Sí	No	Calidad	Precio	No	SI	No	No
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Precio	Calidad	No	SI	No	Sí
Sí	No	Sí	Si	Atención al cliente	Calidad	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Precio	No	SI	Sí	No
Sí	No	No	Si	Atención al cliente	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	No	Sí
Sí	No	Sí	Si	Experiencia	Precio	Sí	SI	No	Sí
No	No	Tal vez	Si	Facilidad de pago	Calidad	Tal vez	SI	Tal vez	No

Sí	No	No	Si	Atención al cliente	Calidad	Sí	No	Sí	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	No
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	No	No
Sí	No	No	Si	Precio	Precio	Sí	No	Sí	No
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	No
No	Sí	No	Si	Atención al cliente	Precio	Sí	SI	Tal vez	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	Sí	No	Atención al cliente	Calidad	No	SI	Sí	Tal vez
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	No
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	Sí	Tal vez	No	Facilidad de pago	Facilidad de pago	Tal vez	SI	Tal vez	Tal vez
No	No	Tal vez	Si	Precio	Precio	Sí	SI	Tal vez	Tal vez
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	Tal vez	No	Tal vez	Tal vez
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	No	No	Calidad	Precio	No	No	No	No
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Atención al cliente	Precio	Tal vez	No	Tal vez	Tal vez
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	No	Facilidad de pago	Precio	Sí	No	Tal vez	Tal vez
Sí	No	Tal vez	Si	Precio	Calidad	Tal vez	SI	Tal vez	Tal vez
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Precio	Precio	Sí	SI	Sí	No

Sí	No	Sí	Si	Calidad	Precio	No	No	Tal vez	Tal vez
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	No	No	Precio	Precio	No	No	No	Tal vez
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
No	No	No	No	Facilidad de pago	Facilidad de pago	No	No	No	Sí
Sí	No	Tal vez	Si	Precio	Atención al cliente	Sí	SI	No	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Tal vez	No	Facilidad de pago	Precio	Tal vez	No	Tal vez	Tal vez
Sí	No	No	No	Precio	Precio	No	No	Sí	No
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	No	No
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	No
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Facilidad de pago	Facilidad de pago	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Atención al cliente	Sí	No	Tal vez	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Experiencia	Atención al cliente	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Tal vez	No	Atención al cliente	Calidad	Sí	SI	Sí	No
No	No	No	No	Atención al cliente	Atención al cliente	No	No	No	No
Sí	Sí	Tal vez	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	No
Sí	Sí	No	No	Calidad	Calidad	No	No	Tal vez	Tal vez
Sí	No	Tal vez	Si	Atención al cliente	Calidad	Tal vez	SI	Tal vez	No
Sí	Sí	Sí	Si	Experiencia	Calidad	No	No	No	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Precio	No	No	Tal vez	Tal vez
No	No	No	No	Experiencia	Calidad	No	No	Sí	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Atención al cliente	Tal vez	No	Tal vez	Sí
Sí	No	Tal vez	No	Experiencia	Atención al cliente	No	SI	No	No
































Sí	Sí	Sí	No	Precio	Facilidad de pago	No	SI	No	Sí
Sí	Sí	No	No	Precio	Calidad	No	SI	No	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	No	Precio	Precio	No	No	No	Sí
Sí	Sí	No	Si	Calidad	Precio	No	SI	Tal vez	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Precio	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
No	No	No	No	Facilidad de pago	Facilidad de pago	No	No	No	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	Sí	Si	Precio	Calidad	No	SI	No	No
Sí	No	Tal vez	Si	Precio	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
No	No	No	No	Calidad	Precio	No	No	No	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	Sí	No
Sí	Sí	No	Si	Experiencia	Atención al cliente	No	No	Tal vez	Tal vez
Sí	Sí	No	No	Calidad	Precio	Sí	No	No	No
Sí	No	Tal vez	Si	Precio	Calidad	No	No	No	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Precio	Calidad	No	SI	Tal vez	Tal vez
Sí	Sí	Tal vez	No	Atención al cliente	Calidad	Tal vez	No	Tal vez	No
No	No	No	No	Experiencia	Atención al cliente	No	No	Tal vez	Tal vez
Sí	No	Sí	Si	Precio	Precio	Sí	SI	No	No
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	No	Tal vez	Tal vez
Sí	No	No	No	Atención al cliente	Precio	Sí	SI	No	No
Sí	No	No	Si	Atención al cliente	Atención al cliente	Tal vez	No	Tal vez	Tal vez
No	No	No	Si	Atención al cliente	Precio	Sí	SI	No	No
No	No	No	No	Atención al cliente	Atención al cliente	Tal vez	No	No	Tal vez
Sí	No	Tal vez	No	Precio	Precio	Tal vez	No	Tal vez	Tal vez
Sí	No	No	No	Atención al cliente	Calidad	Sí	No	Tal vez	Tal vez

No	No	Tal vez	No	Precio	Calidad	No	No	Tal vez	Tal vez
Sí	No	Tal vez	No	Atención al cliente	Facilidad de pago	Tal vez	No	Tal vez	Tal vez
No	No	Tal vez	Si	Atención al cliente	Calidad	Sí	SI	Sí	No
Sí	Sí	No	No	Atención al cliente	Calidad	No	No	No	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	No	SI	No	Sí
Sí	No	Tal vez	Si	Calidad	Precio	Tal vez	SI	Sí	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Atención al cliente	Tal vez	No	No	No
Sí	No	No	No	Experiencia	Calidad	No	No	No	No
Sí	No	No	No	Atención al cliente	Atención al cliente	Tal vez	SI	No	Tal vez
No	No	Tal vez	No	Atención al cliente	Calidad	No	SI	No	No
No	No	Sí	Si	Precio	Calidad	Sí	SI	Tal vez	Sí
Sí	No	Sí	Si	Experiencia	Atención al cliente	Tal vez	No	No	No
Sí	No	No	No	Atención al cliente	Calidad	No	No	Tal vez	Sí
Sí	No	No	No	Calidad	Precio	Tal vez	No	Tal vez	Tal vez
Sí	No	No	No	Precio	Calidad	No	No	Tal vez	Tal vez
Sí	No	No	Si	Calidad	Atención al cliente	No	SI	Sí	Sí
No	No	No	No	Precio	Atención al cliente	Tal vez	No	Sí	Sí
No	Sí	Sí	No	Atención al cliente	Precio	No	No	No	Tal vez
Sí	No	No	No	Calidad	Atención al cliente	No	No	Sí	No
Sí	No	No	No	Precio	Calidad	Tal vez	SI	No	Sí
No	Sí	Sí	No	Facilidad de pago	Facilidad de pago	Tal vez	No	No	No
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	Sí	No	No	Sí
Sí	Sí	No	Si	Atención al cliente	Calidad	No	No	Tal vez	Sí

Sí	No	No	Si	Calidad	Precio	No	SI	Sí	Sí
Sí	No	Tal vez	No	Atención al cliente	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
No	No	No	No	Precio	Precio	No	No	No	Sí
Sí	No	No	No	Atención al cliente	Precio	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	No	Si	Atención al cliente	Atención al cliente	No	SI	No	Sí
No	No	No	No	Precio	Atención al cliente	Tal vez	No	No	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	Sí	Sí
No	Sí	No	Si	Atención al cliente	Calidad	No	No	Tal vez	Tal vez
Sí	Sí	Sí	Si	Atención al cliente	Precio	Sí	SI	Sí	No
No	Sí	Sí	No	Calidad	Calidad	No	SI	No	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	No	SI	Sí	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Atención al cliente	Precio	Sí	SI	No	Tal vez
Sí	Sí	Sí	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	No	Tal vez
Sí	No	No	Si	Precio	Precio	Sí	No	No	No
Sí	No	Tal vez	No	Atención al cliente	Precio	Sí	SI	No	Tal vez
Sí	No	No	Si	Experiencia	Facilidad de pago	No	No	No	Sí
Sí	No	Tal vez	No	Precio	Precio	Sí	SI	Sí	No
Sí	Sí	Tal vez	No	Experiencia	Facilidad de pago	Tal vez	No	No	Tal vez
Sí	Sí	No	No	Precio	Precio	No	No	No	Sí
Sí	No	No	Si	Precio	Calidad	No	SI	Sí	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	No	SI	No	No
Sí	Sí	No	Si	Precio	Calidad	No	SI	No	Sí
Sí	No	Tal vez	No	Experiencia	Calidad	Tal vez	No	No	Sí
Sí	No	No	Si	Atención al cliente	Atención al cliente	No	No	No	No
No	No	No	No	Calidad	Calidad	No	No	No	No

Sí	No	Tal vez	No	Experiencia	Calidad	Sí	SI	No	Sí
Sí	No	No	No	Atención al cliente	Atención al cliente	No	No	No	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Calidad	Sí	SI	No	Sí
Sí	No	No	No	Precio	Calidad	No	No	Sí	No
Sí	No	Sí	No	Calidad	Precio	Sí	SI	No	No
Sí	No	No	No	Calidad	Calidad	No	No	No	No
No	No	Tal vez	No	Precio	Atención al cliente	No	No	No	Sí
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Precio	No	SI	Sí	Sí
No	No	No	No	Facilidad de pago	Facilidad de pago	No	No	No	No
Sí	No	Sí	Si	Calidad	Precio	No	SI	Sí	Sí
Sí	No	No	No	Atención al cliente	Precio	Sí	SI	No	Sí
Sí	No	No	No	Atención al cliente	Atención al cliente	No	No	No	Sí
Sí	No	Sí	No	Calidad	Precio	Sí	SI	No	Sí
Sí	No	Sí	No	Calidad	Calidad	Sí	No	Sí	Sí
No	No	Sí	Si	Atención al cliente	Precio	Sí	SI	Sí	No
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	No	SI	Sí	No
Sí	No	No	No	Calidad	Calidad	No	No	No	Sí
Sí	Sí	No	Si	Atención al cliente	Precio	Sí	No	No	Sí
Sí	Sí	No	Si	Calidad	Precio	Sí	SI	No	Sí
Sí	No	Tal vez	No	Precio	Calidad	No	No	Tal vez	Sí
Sí	Sí	No	No	Calidad	Precio	Sí	No	No	Sí
Sí	No	No	Si	Calidad	Calidad	No	No	No	No
No	No	No	Si	Atención al cliente	Calidad	No	SI	No	Sí
Sí	Sí	Sí	Si	Precio	Precio	Sí	SI	Sí	Sí
Sí	No	Sí	Si	Atención al cliente	Calidad	No	No	No	No
Sí	Sí	Tal vez	No	Experiencia	Calidad	No	No	No	Sí

Anexo C. Parroquias Urbanas DMQ, Wikipedia (2020)

Parroquias Urbanas de Quito DM		
 Belisario Quevedo	 El Condado	 La Mena
 El Inca	 Magdalena	
 Carcelén	 Guamaní	 Mariscal Sucre
 Centro Histórico	 Iñaquito	 Ponceano
 Chilibulo	 Itchimbía	 Puengasí
 Chillogallo	 Jipijapa	 Quitumbe
 Chimbacalle	 Kennedy	 Rumipamba
 Cochapamba	 La Argelia	 San Bartolo
 Comité del Pueblo	 La Ecuatoriana	 San Juan
 Concepción	 La Ferroviaria	 Solanda
 Cotocollao	 La Libertad	 Turubamba

Anexo D. Administraciones Zonales DMQ, Wikipedia (2020)

Zonas Metropolitanas ↕
<p>1. Administración Zonal La Delicia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parroquias (13): Nanegal, Pacto, Gualea y Nanegalito, El Condado, Ponceano, San Antonio de Pichincha, Nono, Cotocollao, Pomasquí, Calacalí, Comité del Pueblo y Carcelén
<p>2. Administración Zonal Calderón.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parroquias (2): Calderón, Llano Chico
<p>3. Administración Zonal Eugenio Espejo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parroquias (18): Nayón, Zámiza, Puéllaro, Chavezpamba, Atahualpa, San José de Minas, Perucho y Guallabamba. La Concepción, Mariscal Sucre, Belisario Quevedo, San Isidro del Inca, Rumipamba, Kennedy, Iñaquito, Comité del Pueblo, Cochapamba y Jipijapa.
<p>4. Administración Zonal Manuela Sáenz.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parroquias (5): Puengasí, Centro Histórico, San Juan, La Libertad e Itchimbía.
<p>5. Administración Especial Turística La Mariscal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 Barrios de la parroquia Mariscal Sucre: La Mariscal, El Girón, La Floresta, La Colón y La Paz. Con Ordenanza Metropolitana No. 0236 se crea la Zona Especial Turística La Mariscal dentro de los siguientes límites: al norte la Avenida Orellana, al sur la Avenida Patria, al Occidente la Avenida 10 de Agosto y al oriente la Avenida Isabel La Católica, la calle Alfredo Mena Camacho y la Avenida 12 de Octubre.
<p>6. Administración Zonal Eloy Alfaro.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parroquias (9): Chilibulo, San Bartolo, Chimbacalle, La Argelia, Solanda, Lloa, La Mena, La Magdalena, La Ferroviaria.
<p>7. Administración Zonal Quitumbe.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parroquias (5): Chillogallo, Guamaní, Quitumbe, Turubamba y La Ecuatoriana.
<p>8. Administración Zonal Los Chillos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parroquias (6): Conocoto, Pintag, Amaguaña, Alangasí, Guangopolo y La Merced.
<p>9. Administración Zonal Tumbaco.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parroquias (8): Tumbaco, Cumbayá, Pifo, Yaruquí, El Quinche, Puembo, Checa y Tababela.

Anexo E. Tabla de empresas privadas del sector de la salud del DMQ.

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
317545	1793063268001	ONCOFUTURO S.A.	11-may-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
311187	1792892988001	CONMEDIWORLD S.A.	07-ago-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
63161	1792278449001	CENTRO DE DIAGNOSTICO OCULAR CDO S.A.	15-sep-10 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.04
316841	1793048544001	LEROPTIC S.A.	24-ene-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.13
148377	1792385334001	BIOMÉDICA INTEGRADA INTERNACIONAL FRISED S.A.	26-jun-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.04
142481	1792341469001	REDCORAZONCITO S.A.	12-oct-11 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.04
723524	1792992443001	METRO CARE VISION METROCAREVISION S.A.	22-abr-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
709263	1792701937001	INNOVAVISION VISUALCENTER S.A.	30-ago-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.13
728804		COMPAÑIA VIDA DIGNA COVIDIG S.A.	16-mar-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
94978	1791886690001	RED DENTAL REDENT S.A	25-jun-03 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
49741	1791321162001	AXXISDIA S.A.	19-jul-96 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.04
159795	1792134188001	CLINICA DE ESPECIALIDADES TUMBACO CLIETSA S.A.	25-mar-08 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
722622	1792975727001	TOPSURGERY S.A.	14-mar-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
159619	1792125421001	SMILEDESING QUALITY DENTAL S.A.	21-feb-08 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
306235	1792739438001	BORAO&PONCE HEALTH CARE SERVICES S.A.	21-feb-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
309909	1792854385001	SERVICIOS INTEGRALES DE SALUD Y FISIOTERAPIA FISIOVITAL S.A.	02-abr-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
724072	1793005152001	MYSGROUP S.A.	06-jun-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
305993	1792733596001	ZLABS-ECUADOR S.A.	25-ene-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
701253	1792569516001	CENTRO DE VEDATERAPIA SUKAMRITA S.A.	02-feb-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
139663	1792320291001	TECNICOS ESPECIALISTAS EN PREVENCION DE RIESGOS OCUPACIONALES TECNIPREVEN S.A.	27-jun-11 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
305663	1792722632001	OPERADORA MEDICAL SUPPORT	12-dic-16	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
		OPERATIONS MEDSUPPORT S.A.	00:00:00					
147055	1792374634001	HEALTH ADVISORS COMPANY HEADCO S.A	23-may-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
98078	1792295777001	VEGAPAZMEDICAL S.A.	06-ene-11 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
313802	1792982820001	TOTALASSISTGROUP S.A.	18-abr-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8730.01
721277	1792938139001	DENTALISLATAM S.A.	06-dic-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
45580	1790755517001	CLINICA INTERNACIONAL INTERSANITAS SA	08-jul-86 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
182672	1792543312001	CLINICA DENTAL "ODONTOSG" S.A.	16-sep-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
178734	1792508576001	RED DE SERVICIOS DE SALUD REDYHEALTH S. A.	19-jun-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
313296	1792966698001	QUEVEDO Y VILLAFUERTE ODONTOLOGOS QVO S.A.	08-mar-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
726953		THERAPY BALANCE FISIOTERAPIA THERAPYBALANCE S.A.	27-sep-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.17
182122	1792537304001	MEDICINA PRE OCUPACIONAL Y DENTAL ARMIJOS S.A. MEDIARMIJOS	08-jul-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
180516	1792522706001	YIPPYHEALTH SERVICES S.A.	01-jul-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
105293	1792296471001	CENTRO MAGNETICO PICHINCHA S.A. CEMAPICEN	08-feb-11 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
149430	1792391857001	GESTION, COMERCIALIZACION DE SERVICIOS MEDICOS Y DENTALES GESCOMEDENT S.A.	15-ago-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
151674	1791933079001	INSTITUTO DE GINECOLOGIA Y MASTOLOGIA GINECOMAST S.A.	10-may-04 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
301328	1792580021001	NUTRIHELP S.A.	05-may-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
49870	1791327489001	AXXISIMAGEN S.A.	04-sep-96 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
164786	1792407893001	WAX AND TAN CENTROS DE DEPILACION Y BRONCEADO S.A.	01-oct-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
714980	1792810701001	CORPORACIÓN INTEGRAL DE DIÁLISIS COINDIALISIS S.A.	31-oct-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.04
301594	1792587689001	CENTRO DE ATENCION ONCOLÓGICA INTEGRAL ONCOQUITO C.A.	02-jun-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
94383	1791872592001	INTELIGENTARIUM S.A.	12-mar-03 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8890.01

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
717622	1792866820001	SMART.SOLUTIONS.HEALTH S.A.	10-abr-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
313606	1792977754001	CENTRO ESTETICO EME ESTHETICEME S.A.	09-abr-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.17
713794	1792786940001	AXXISMATERNINOINFANTIL S.A.	03-ago-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
307248	1792768578001	CENTRO INTEGRAL DE ORTOPEDIA Y TRAUMATOLOGIA CIOT S.A.	22-jun-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
317192	1793056318001	BARIÁTRICO NAPOLEÓN SALGADO BNS S.A.	18-feb-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
317544	1793063241001	ASMED S.A.	11-may-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
149432	1792391865001	GESTION, COMERCIALIZACION Y PRESTACION DE SERVICIOS ASISTENCIALES DE ELITE GESCOMASSIST S.A.	15-ago-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.05
7060	1790286452001	GINECOLOGICA MEDICA SA GINECOMED	30-sep-76 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
722379	1792970091001	AXXISSPORT S.A.	17-ene-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.17
316928	1793050328001	VISIONZENTRUM S.A.	30-ene-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
90269	1791765478001	EMIECUADOR S.A. EMPRESA DE MEDICINA INTEGRAL	27-dic-00 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.12
138498	1792310555001	SPORTFIX S.A.	02-may-11 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
158936	1792110491001	SIMEUSFQ, SISTEMAS MEDICOS DE LA UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO S.A.	17-oct-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
169452	1792434440001	SONRISAS ODONTOLOGICAS SONRIHEALTH S.A.	26-abr-13 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
153480	1791996569001	IMAGENOLOGIA DEL VALLE IMAVALLE S.A.	07-jul-05 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
163944	1792225574001	INVESTSALUD S.A.	26-nov-09 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
711300	1792740673001	MICM ESPECIALIDADES MEDICAS S.A.	13-dic-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
147642	1792378532001	LIFE & HOPE SPECIALITY CARE S.A. CENTRO DE TRATAMIENTOS AMBULATORIOS	21-jun-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
156794	1792078725001	DIAGNOSSISIS S.A.	03-abr-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
170940	1792447348001	CENTRO DE ATENCION NEUROPSICOLOGICA INTEGRAL Y	05-mar-13 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
		SALUD S.A. PSICOCANPISSA						
728443		CM VIDASUR S.A.	26-feb-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
94089	1791865669001	ODONTO STETICS S.A	07-ene-03 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
702588	1792586151001	IBERSALUD S.A.	07-abr-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
717482	1792862523001	PPGLOBAL ECUADOR S.A.	10-abr-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
716119	1792834708001	SOLUCIONES VISUALES OLA SOLUVISTA C.A.	22-nov-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.13
311377	1792898803001	MEDINAMIKS S.A.	28-ago-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
305833	1792728169001	ESTOMATOLOGIA SERVICIOS INTEGRADOS S.A.	30-dic-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
714777	1792805856001	CRUZMEDIC SERVICIOS MÉDICOS S.A.	12-oct-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
716031	1792831377001	CENTRO INTEGRAL DE SALUD Y MEDICOS ASOCIADOS ECUADOR CISMAEC S.A.	28-nov-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
312147	1792921406001	CEMISAC CENTRO MÉDICO INTEGRAL SANTO CRISTO S.A.	12-nov-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
159281	1792121345001	DIAGNOFARM S.A.	18-ene-08 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.99
307989	1792791456001	LABCLIMED S.A.	05-sep-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
165947	1792408369001	LOAIZA HERRERA LABORATORIOS S.A.	15-nov-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
301939	1792599067001	LABORALMED S.A.	13-jul-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
48039	1791254910001	LITOTRIFAST S.A.	18-ago-93 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
708925	1792699126001	UNIIOGAB S.A.	28-jun-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
710817	0993011002001	VENEMED SERVICIOS MEDICOS Y ODONTOLOGICOS S.A.	29-dic-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
164473	1792235863001	SERVICIO ESPECIALIZADO EN SEGURIDAD RADIOLOGICA DOSISRAD S.A.	15-ene-10 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
1025	1792237009001	AVANCE MEDICO MEDIAVANS S.A.	02-feb-10 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
7471	1790412113001	CONJUNTO CLINICO NACIONAL CONCLINA CA	08-may-79 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
317047	1793052983001	SOLDERIO S.A.	31-ene-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
708039	1792684757001	ASISTAOCUPACIONAL S.A.	18-may-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
700163	1792556015001	MEDICAL MATTER KENTERAMED S.A.	05-nov-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
318235	1793069967001	NEODISMED S. A. SOCIEDAD ANÓNIMA	13-jul-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
306751	1792753937001	SPECIALMED C.A.	28-abr-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
142445	1792342031001	COLMEDIKAL COMPAÑÍA DE MEDICINA PREPAGADA S.A.	05-oct-11 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
161123	1792160316001	MEDIRECREO S.A.	07-oct-08 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
728328		REHAB-CENTER S.A.	20-ene-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.17
317179	1793055966001	TOMOGRAFIA POR EMISION DE POSITRONES TC PETSCAN S.A.	04-feb-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
301669	1792590795001	SERVICIOS MEDICOS AMPCONMED ATENCIÓN MEDICA DE PRIMERA S.A.	12-jun-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
720804	1792927323001	TRAUMASPORT S.A.	12-nov-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.17
724763		CENTRO MEDICO ESTETICO SPLENDERVIP S.A.	22-may-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
302240	1792608279001	ECUASALUD SERVICIOSMEDICOS C.A.	21-ago-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
728415		COMPAÑÍA UBEDOO DEL ECUADOR S.A.	11-feb-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
720006		GENIMAGEN Y RADIOLOGIA S.A.	31-ago-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
721859	1792960215001	HEREDITY S.A.	11-ene-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
47042	1791138732001	NOVACLINICA S.A.	09-jul-91 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
162332	1792191815001	PRONTOGROUP INTERNACIONAL S.A.	06-feb-09 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.91
17122	1790737527001	UTIMEDICAL S.A.	04-abr-86 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.91
715452	1792820693001	CENTRO GERONTOLOGICO GERASCOR S.A.	27-oct-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8710.01
181692	1792533643001	UNIDAD DE ENDOSCOPIA DIGESTIVA UNIENDIG S.A.	25-sep-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
160176	1792138809001	DENTALNET S.A.	22-may-08 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
151816	1791946383001	TOMOMEDICAL S.A.	04-jun-04 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.04
91773	1791807197001	LABORATORIO CLINICO NOVALAB S.A	23-oct-01 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
173440	1792470943001	CONSTRUYAMOS VIDA CONSTRUVIDA S.A.	27-jul-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8810.00
155972	1792040531001	PROMOTORES MEDICOS LATINOAMERICANOS LATINOMEDICAL S.A.	10-jul-06 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.12
157974	1792086353001	COMPAÑIA DE SERVICIOS MEDICOS SOLIDARIOS CRUZVITAL S.A.	04-jun-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
722803	1792979870001	SERVICIOS DE SALUD SERVICIOS CLÍNICOS DOMICILIARIOS INNOVA-SALUD S.A.	21-mar-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
719476	1792901138001	RECREATUS S.A.	15-jun-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.17
310994	1792887089001	INSTITUTO CARDIOVASCULAR FALCONI ICVF S.A.	18-jul-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
720642	1792925193001	PUGSYA KOREAN AESTHETIC S.A.	25-oct-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
60064	1792252504001	ENAIMGLOBAL S.A.	13-may-10 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
712216	1792758270001	HOSPITAL VOZANDES QUITO HVQ S.A.	05-abr-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
63738	1792282098001	CENTRO INTEGRAL DE OBESIDAD Y ENFERMEDADES METABOLICAS CENTROMETABOL S.A.	18-oct-10 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
168160	1792424895001	DIALISIS Y SERVICIOS DIALILIFE S.A.	14-feb-13 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
304130	1792677505001	INCORAZON S.A.	30-may-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
702712	1792587409001	SERVICIOS MEDICOS CUESTA & GARCIA, KUBAMED S.A.	08-may-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
316010	1793029655001	CENTRO INTEGRAL DE SALUD FAMILIAR CISFA S.A.	29-oct-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
717276	1792859034001	BIENES Y SERVICIO MM LIFE GROUP MMLIFEGROUP S.A.	22-ene-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
168248	1792425107001	WOMANCARE CENTRO MÉDICO S.A.	25-feb-13 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
726653	1793034799001	GENESISMED S.A.	05-nov-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
149196	1792389992001	EDUATE S.A.	27-jul-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8890.01
313344	1792967902001	CENTRO DE ODONTOLOGIA INFANTIL PARQUEDENTAL S.A.	14-mar-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
713444	1792787815001	SERVICIOS MEDICOS VIRGEN INMACULADA DEFENSORA DE LOS AFLIGIDOS VIRINMAFLIG S.A.	14-jul-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
713730	1792786487001	SERVICIOSINTEGRALESDESALUD S.A.	01-ago-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
700530	1792559480001	ARJUMEDICALSERVICE SERVICIOS MEDICOS Y OFTALMOLOGIA S.A.	31-dic-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.13
710848	1792733448001	PARAMEDICOS ESPECIALIZADOS DEL ECUADOR FAPHEV S.A.	08-sep-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
304214	1792678919001	CONSULTORIOS MEDICOS OCCIDENTAL OCCIMEDICOS S.A.	07-jun-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
174140	1792471605001	PEDIANEO CONSULTA PEDIÁTRICA S.A.	29-oct-13 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
161336	1792176298001	REHABILITAR S.A. SERVICIOS EN MEDICINA FISICA Y REHABILITACION SENFIRE	03-feb-09 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
155308	1792027462001	OFTALMOVALLES S.A.	08-feb-06 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.99
317458	1793062148001	CREDERE AYA SERVICIOS MÉDICOS CREDEREAYA S.A.	11-mar-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
155069	1792035392001	PATOLOGOS DEL VALLE VALLEPATOLOGY S.A.	18-abr-06 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
313655	1792978238001	OFTALMOVISTA S.A.	17-abr-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
137051	1792299586001	SENTINEL-ECUADOR S.A.	04-nov-10 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
701171	1792572959001	DENTELITE S.A.	22-sep-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
154519	1792008190001	DISERVICES S.A.	19-oct-05 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
158061	1792088208001	CTLASER S.A.	18-jun-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
307649	1792780713001	SERVICIOS MEDICOS SERVIMEDPLUS S.A.	02-ago-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
154035	1791998456001	HOLOMED S.A.	08-jul-05 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
315371	1793016286001	CORPORACIÓN BIOTEST S.A.	03-sep-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
710125	1792718589001	OMEGASALUD SOCIEDAD ANÓNIMA	21-oct-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
710697	1792729394001	SMARTDENTAL S.A.	19-dic-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
153419	1791988558001	H.M.O. SYSTEMS DEL ECUADOR S.A.	25-abr-05 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
306285	1792740770001	CLINICA DENTAL ODONTOSMILE C.A.	24-feb-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
312510	1792933196001	INITIUMGROUP L&L S.A.	19-dic-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
715294	1792818729001	OFTALMOSERVICIOS S.A.	01-nov-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
155574	1792032407001	SERVICIOS COMUNITARIOS SERVIWALDOS S.A.	20-abr-06 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
160370	1792145538001	CLINICA ODONTOLOGICA DE ESPECIALIDADES SMILEDREAM S.A.	02-jul-08 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
63186	1792277817001	LASER CENTER VISION 20/20 CLV S.A.	15-sep-10 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.13
162240	1792188903001	CENTROCEFAVIS CENTRO FAMILIAR DE VIDA SANA S.A.	06-abr-09 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
718440	1792882303001	UTE HOSPITAL UNIVERSITARIO UTEHOSPITAL S.A.	04-jun-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
98303	1792296889001	LIVEHOSPITAL ECUADOR S.A.	05-ene-11 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
719914	1792910013001	ALDANEW MEDIICAL S.A.	20-ago-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
722317		GASTROCARE S.A.	18-feb-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
721305	1792938538001	CORPORACION HACIA UN NUEVO ESTILO DE VIDA HUNEV S.A.	13-dic-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
312488	1792932793001	BIODIMED S.A.	17-dic-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
175902	1792486289001	LABLINK S.A.	10-feb-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
723769	1792995132001	OCU-SALUD SF SALUD OCUPACIONAL S.A.	30-may-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.17
47412	1791221753001	HOSPITAL DE LOS VALLES S.A. HODEVALLES	04-jun-92 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
709266	1792701910001	SERVICIOS ODONTOLÓGICOS GENERAL Y ESPECIALIZADA SOGE S.A.	15-ago-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
309342	1792837170001	QUIRURGIC CIRUGIA-AMBULATORIA S.A.	06-feb-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
317174	1793055761001	PROSALUDSA SOCIEDAD ANÓNIMA	17-feb-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
726255	1793028500001	COLDMEDICAL S.A.	03-oct-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.17
159075	1792113350001	LABORATORIOS IEMYR S.A.	14-nov-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
710567	1792728649001	COMPAÑIA IMPORTADORA Y DE ESPECIALIDADES MEDICO - ODONTOLOGICAS ODONTOMEDEVEN S.A.	14-sep-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
311435	1792900751001	OCULARIS S.A.	04-sep-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
727952	1793055419001	CENTRO DE ESPECIALIDADES MÉDICAS CARDIOCARE S.A.	29-ene-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
155533	1792032318001	TRATAMIENTOS MEDICOS DE ESPECIALIDAD S.A. TRAMEDESPE	13-abr-06 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
721132	1792935849001	CLINICA DENTAL SMILE NOW SMILENOW S.A.	15-oct-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
709027	1792697182001	NEUROQUITO MEDICAL SERVICES S.A.	01-ago-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
148119	1792382807001	CENTRO DE SALUD OSTEOSALUD S.A.	06-jul-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
300457	1792549299001	ALTERNATIVE HEALTH AYA SERVICES OMSHIVAYA S.A.	22-dic-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
48493	1791275632001	LABORATORIOS BIOGENET S.A.	03-ago-94 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
88736	1791713052001	TOXICOLOGIA CLINICA TOXCLIN S.A.	19-nov-99 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
61055	1792260361001	NEFROMEDIC S.A.	03-jun-10 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
712565	1792763622001	ODONTOVIDA S.A.	25-may-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
85498	1791355393001	CLINICA DE ESPECIALIDADES HERMANO MIGUEL CLIESHERM S.A.	29-jul-97 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
310045	1792858437001	CENTRO MEDICO FAMILIAR INTEGRAL CMEFI S.A.	12-abr-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
308637	1792812070001	CENTRO DENTAL ULTRADENTIST C.A.	15-nov-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
164307	1792235898001	CENTRO ODONTOLOGICO ODONTOSUR S.A.	28-dic-09 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
309231	1792834031001	HOSPITAL DE SERVICIOS	18-ene-18	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
		ODONTOLÓGICOS HSOECUADOR S.A.	00:00:00					
707439	1792677726001	PROGENETICS-ECUADOR S.A.	24-ago-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
63669	1792281679001	SERVICIOS DE SALUD REPRESENTACIONES PRODUCTOS Y SERVICIOS VARIOS PARA EL ADULTO MAYOR SERABUEL S.A.	28-sep-10 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8710.01
309825	1792852021001	EQUIPAMIENTO MEDICO "CLINICAS ATLAS" AMBUMATECUADOR S.A.	26-mar-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
727618		BCLAB S.A.	17-dic-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
91834	1791807685001	HOSPIFUTURO S.A	17-oct-01 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
312971	1792956781001	DENTARHEALTH S.A.	06-feb-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
300057	1792528860001	SERVICIOS MÉDICOS ECONOMICOS ESPECIALIZADOS ECOSERVIMED S.A.	14-oct-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
713709	1792785251001	CENTROS MEDICOS INTERNACIONALES INTERCENMED S.A.	21-jul-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.05
726958	1793039413001	SERVICIOS MÉDICOS SANFE S.A.	30-oct-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
722228	1792967589001	PREVIENESALUD S.A.	21-feb-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
88160	1791705939001	INSCORA INSTITUTO DEL CORAZON S.A.	14-oct-99 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.04
85410	1791332393001	LABORATORIOS MEDICOS DE TECNOLOGIA AVANZADA LABMETA S.A.	06-sep-96 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
310866	1792883180001	CLINICA DE ESPECIALIDADES ESTETICAS MONTERO ANTI-AGING S.A.	02-jul-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
715190	1792816734001	BESTCARE-EC S.A.	30-oct-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8730.01
301186	1792575249001	PREVENCIÓN MÉDICA ECUADOR SALUD OCUPACIONAL - ASESORÍA INDUSTRIAL PREVEMÉDICA S.A.	14-abr-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
720959		FISIO&OSTEO EC S.A.	30-oct-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.17
163126	1792208947001	NEFROLOGY MEDICRONIC S.A.	03-ago-09 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
62048	1792270499001	MAXIDENT S.A.	23-jul-10	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
			00:00:00					
309788	1792850754001	CORPORACION MEDICA CORMEDICAL-CIA S.A.	21-mar-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
724105	1792999553001	PROFMEDICS PROFESIONALES MEDICOS S.A.	05-jun-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
63478	1792284708001	MEDICINA SEGURIDAD SALUD MEDSEGURSALUD S.A.	17-ago-10 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.91
300511	1792551919001	NOVULISMED S.A.	07-ene-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
158469	1792099943001	COMPAÑIA RESGAKMED S.A.	16-ago-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
707673	1792674700001	SERVICIOS DE SALUD ASESMEK DEL ECUADOR ASESMEK S.A.	08-abr-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
152463	1791954947001	CENTRO DE DIALISIS CONTIGO S.A. DIALICON	14-sep-04 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
175233	1792489520001	SERVICIOS CIRUGÍA PLÁSTICA ESTÉTICA Y RECONSTRUCTIVA SURGIPLASTIC S.A.	12-dic-13 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.05
311687	1792909708001	INSTASALUD S.A.	19-sep-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
304251	1792680026001	PRODENTY S CLINICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLOGICAS CLIPRODENTYS S.A.	10-jun-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
176641	1792493056001	PROTECCION Y ASISTENCIA MEDICA PROASSISMED S.A.	17-mar-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.18
712095	1792755247001	TINTIN & TINTIN ODONTOCENTER MEDICALECUADOR S.A.	27-abr-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
306891	1792759234001	CENTRO ODONTOLOGICO PEREZ & BRUZUAL "PERFECTTEETH" C.A.	22-may-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
165641	1792405688001	KIDZTIME S.A.	09-nov-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8890.01
714185	1792794374001	SERVICIOS MEDICOS INIEMYR C.A.	28-ago-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.99
308871	1792818893001	CENTRO DE MEDICINA FAMILIAR LA Y "CEMEF" S.A.	11-dic-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
312325	1792927080001	CENTRO DE GASTROENTEROLOGÍA Y HEPATOLOGÍA PEDIÁTRICA GASTROPE S.A.	29-nov-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
85622	1791358058001	CUMBAMED S.A.	05-sep-97 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
15767	1790575535001	CENTRO DE RAYOS X Y ULTRASONIDO CENTROCEUS S.A.	23-feb-83 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
712491	1792763894001	CLINICA CAVITY DENTAL CAVITYDENT S.A.	10-may-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
316615	1793043380001	MULTILABORATORIOS MEDPLUS S.A.	04-ene-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
317491	1793062806001	PROVITAL SERVICIO INTEGRAL DE SALUD PROVITALINTEGRAL S.A.	13-mar-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
301299	1792578744001	GLOBALCIENCIA PRODUCTOS Y SERVICIOS MARGEL C.A.	29-abr-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
728442		CM VIDACARAPUNGO S.A.	04-mar-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
310143	1792861403001	CENTROS ODONTOLÓGOCOS NEW-DENTAL CONDSEPREHADENT S.A.	23-abr-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
140073	1792323096001	OFTAMED S.A.	15-jul-11 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.99
161677	1792171687001	CENTRO MEDICO AMBULATORIO METROAMBULAT S.A.	11-nov-08 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
159895	1792133653001	ASISTANET S.A.	11-abr-08 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
143065	1792345790001	VAE VOLVER A EMPEZAR S.A.	24-oct-11 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
93714	1791858417001	KEVA DENTAL CENTER S.A..	23-sep-02 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
314213	1792993113001	EXTREMEDSALUD S.A.	06-jun-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.05
153427	1791989848001	HOSPIMAGENES S.A.	24-may-05 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
314059	1792988713001	ODONTOLOGIA ESPECIALIZADA DENTOV S.A.	22-may-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
93010	1791837320001	DIAGNOSTICO AGUDO Y MEDICOS ESPECIALISTAS DAME S.A. DAMESA	06-jun-02 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
166363	1792411165001	SERVICIOS DE REHABILITACION RECUPERARTE SERVIREHAB S.A.	19-dic-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
719703	1792911567001	CLINICA SAN ANTONIO "CLINSANT" S.A.	30-ago-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
151469	1791928091001	CORESA CORPORACION DE SERVICIOS ESTOMATOLOGICOS S.A	17-feb-04 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
712309	1792758955001	"CLINICAS ATLAS" CENTROS AMBULATORIOS Y MATERNO INFANTIL AMBUMAT S.A.	08-may-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
723776	1793053629001	CIOOS CENTRO DE IMAGEN OFTALMOLOGICO & OJO SECO S.A.	08-mar-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
171795	1792457084001	CENTRO INTEGRAL MATERNO	16-jul-13	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
		INFANTIL NEOGESTION S.A.	00:00:00					
725316		AGRUPACIÓN MEDICA TIPÁN MORALES & ASOCIADOS AGRUMEDICSOLUTIONS S.A.	14-ago-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
309943	1792858836001	CARDIOVASC-UIO SALUD CARDIOVASC S.A.	04-abr-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
313221	1792964741001	ONCOSAL S.A.	01-mar-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
152633	1791961145001	PREVENCION MEDICA DEL ECUADOR PREVEMEDSA S.A.	12-nov-04 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
153425	1791990676001	TOPVISION S.A.	10-may-05 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.13
701595	1792571731001	GENETIXLAB ECUADOR S.A.	06-mar-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
178263	1792505461001	PIES EN LIBERTAD S.A. PIEENLIBER	05-may-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
716533	1792848059001	LABORATORIO DE ESPECIALIDAD OCUPACIONAL LAB-CENTER C.A.	01-feb-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
171245	1792447909001	IMPORTADORA DE IMPLANTES DENTALES IMPLANTWAL S.A.	04-jul-13 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.04
712947	1792772923001	RED INTEGRAL DE CONSULTORIOS DE SALUD REDICONSALUD C.A.	15-jun-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
312781	1792940753001	SALUDECUAPREVEN S.A.	21-ene-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
150895	1791910893001	SERVICIOS ODONTHOARBA S.A.	19-dic-03 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
158749	1792235235001	INSTITUTO DE PATOLOGIA ECUA-AMERICAN AMERICANINST S.A.	29-ago-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
306907	1792759552001	SERVICIOS DE EVACUACIÓN MÉDICA DE EMERGENCIA MEDEVACSERV S.A.	23-may-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.91
317225	1793056970001	HANADHY S.A.	20-feb-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.17
722412	1792970369001	BOSTON SERVICIOS MEDICOS DE ECUADOR BOSTONMED S.A.	07-mar-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
315422	1793017398001	INTEGRATED DIAGNOSTIC SERVICES MAVERLAB S.A.	06-sep-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
93713	1791854616001	SYNLAB SOCIEDAD ANÓNIMA	23-oct-02 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
315752	1793024491001	CLÍNICA DENTAL ZAFIRO DENT ZAFIRODENTAL S.A.	30-sep-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
152084	1791949374001	DANREMA S.A.	03-ago-04 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
715522	1792823188001	ASISTENCIA Y ADMINISTRACIÓN MEDICA CENTROS DE SALUD SANAMEDIKAL S.A.	09-ago-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
305742	1792725925001	CAPACITAEMS S.A.	22-dic-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.12
175382	1792481899001	CONSULTORIOS ODONTOLÓGICOS DE ESPECIALIDAD DENTISTGROUP S.A.	08-ene-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
721247	1792937906001	IMPLANTSTUDIO S.A.	11-dic-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
160004	1792135230001	IMAGENES MEDICAS TOMORAD S.A.	07-may-08 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
160510	1792147840001	GUIMACOL SALUD ECUADOR S.A.	22-jul-08 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
158816	1792106524001	AXXISCAN S.A.	23-oct-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
300528	1792552702001	CENTRO DE ATENCIÓN DERMATOLÓGICA INTEGRAL CADERMINT S.A.	12-ene-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
158398	1792097126001	OMNISCAN RADIOLOGOS ASOCIADOS S.A.	08-ago-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
94329	1791870956001	CENTRODENT CLINICAS DENTALES INTEGRALES S.A.	12-mar-03 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8790.02
151556	1791929993001	CLINICA ZYMASALUD S.A.	29-abr-04 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
146540	1792371074001	INSTITUTO DE REFERENCIA ANDINO IRA S.A.	22-ene-08 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
93735	1791855701001	DIALCENTRO S.A.	16-oct-02 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
316770	1793047149001	ECO SALUD NATURAL WEIGHT LOSE S.A.	20-ene-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.16
178512	1792506816001	INVITROLAB C.L.	16-jun-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
139616	1792320550001	ODONTOHELP S.A.	15-jun-11 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
313888	1792985048001	HOMECAREMED C.A.	13-may-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
85029	1791334493001	SISTEMA DE MEDICINA PREPAGADA DEL ECUADOR VIDASANA S.A.	07-ene-97 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
312436	1792930960001	ÁVILA ODONTOLOGÍA Y MEDICINA ESTÉTICA LOPEZGODOYGROUP C.A.	10-dic-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
705408	1792631882001	WDDC BIO-LOGICA S.A.	30-oct-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
108965	0992257865001	SACCHETTI S.A.	01-ago-02 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
157788	1792111021001	COREDRIILL S.A.	13-mar-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
316286	1793036708001	CIMCAV S.A.	29-nov-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
29716	1792245427001	CORPORACION DE MEDICINA OCUPACIONAL OCUMEDICAN S.A.	12-abr-10 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.01
705276	1792659051001	IMPORTADORA DE EQUIPOS MEDICOS EQUIPMEDICAL S.A.	20-ago-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.04
719444	1792900468001	MEDISUPORT INTERNATIONAL MEDICAL SUPPORT S.A.	27-jul-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
157062	1792066433001	ORIONGROUP S.A.	03-ene-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
718938	1792891647001	ENDOGYN S.A.	20-jul-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
88549	1791712633001	CLINMEYD S.A.	12-ene-00 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
148040	1792382009001	COMTEAVI COMUNIDAD TERAPEUTICA APRENDER A VIVIR S.A.	21-jun-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
302424	1792615313001	ENSAYOS CLINICOS, INVESTIGACION MEDICA, FARMACOLOGICA, BIOTECNOLOGIA NELSON SANTIAGO VISPO, THELVIA RAMOS GÓMEZ CLINICALBIOTEC S.A.	16-sep-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
178356	1792507057001	CENTRO OFTALMOLÓGICO OFTALMODEX S.A.	29-may-14 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.99
301830	1792595657001	"CEIMATECJ&M" "JACOME&MORA" "CENTRO DE DIAGNOSTICO MEDICO POR IMAGEN CEIMATEC" S.A.	30-jun-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
711214	1792739667001	LABORATORIO MEDICO & DIAGNOSTICO LABMEDIM S.A.	24-ene-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
311290	1792895693001	ECUADOR QUALITY MEDICAL (EQMED) C.A.	14-ago-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
715856	1792828406001	PALCARE-ECUADOR S.A.	27-dic-17 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
312940	1792956056001	CENTRO ESPECIALIZADO EN CÁNCER, QUIMIOTERAPIA Y NUTRICIÓN BEST-TREATMENT S.A.	04-feb-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02
316944	1793050638001	MOBILE HEALTH ECUADOR MOBILEHEALTH S.A.	30-ene-20 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
721691	1792956749001	STARDIALT COMPAÑÍA ANÓNIMA	17-ene-19	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.02

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	FECHA CONSTITUCIÓN	PAÍS	SITUACION LEGAL	TIPO COMPAÑÍA	CIU CODIGO N1	CIU CODIGO N6
			00:00:00					
157632	1792087074001	CARDIOVALLE S.A.	01-jun-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
85313	1791351290001	CLINICA DEL DIA OLYMPUS SASEBI S.A.	15-may-97 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
314370	1792995841001	CLINICA DENTAL FULLDENTQUITO S.A.	14-jun-19 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
154750	1792014352001	SERVICIOS DE SALUD INTEGRAL & MEDICINA OCUPACIONAL OCCUPAMED S.A.	10-nov-05 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
149888	1792395070001	BYRSAMED S.A.	06-sep-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
721141	1792934079001	ONCOSCAN S.A.	30-nov-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.21
87384	1791413083001	CLINICA DE ESPECIALIDADES GALENUS S.A. CLEGASA	26-mar-99 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
157569	1792079381001	SERVICIOS MEDICOS ODONTOLOGICOS SONRIECUADOR S.A.	19-mar-07 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.02
719489	1792900808001	SEGULABMEDIK DEL ECUADOR S.A.	15-ago-18 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.22
705431	1792658012001	OPTICA VISTA PARA TODOS OVPT S.A.	08-oct-15 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.13
708445	1792688183001	CORPORACION FISIOIMAGEN S.A.	04-jul-16 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.17
175301	1792481198001	CORPORACION KOBİ & LEYLA CORPOKLS S.A.	18-dic-13 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8610.03
149209	1792389976001	PROGRAMA DE ASISTENCIA A EMPLEADOS EMPLOYEE ASSITANCE S.A.	16-ago-12 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
88572	1791715519001	CENTRO DE REUMATOLOGIA DYK S.A.	17-ene-00 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8690.11
45931	1790828751001	CLINICA EL BATAN DEL POZO S.A.	16-nov-87 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
699	1791176847001	LABALERGIA S.A.	17-jul-51 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01
150925	1791911830001	CLINICA INFES C.A	31-dic-03 00:00:00	ECUADOR	ACTIVA	ANÓNIMA	Q	Q8620.01

RAMAS DE ACTIVIDAD
ECONÓMICA:

- 1.- ACTIVIDADES DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA, MONETARIA REALIZADA POR: BANCOS PRIVADOS, COOPERATIVAS, MUTUALISTAS, SOCIEDADES FINANCIERAS
- 2.- COMPAÑÍAS DE SEGUROS
- 3.- CASAS DE CAMBIO
- 4.- OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS FINANCIEROS: FIDUCIARIAS, BOLSAS DE VALORES Y MERCADOS FINANCIEROS

Anexo F. Salarios mínimo sectorial, Ministerio de Trabajo(2020)

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2020
AUDITOR GENERAL	A1		1811749900001	407,44
GERENTE DE RIESGOS	A1		1811749900002	407,44
GERENTE DE SUCURSALES	A1		1811749900003	407,44
GERENTE DEL ÁREA LEGAL	A1		1811749900027	407,44
GERENTE DE CONTABILIDAD	A1	SECTOR FINANCIERO	1811749900006	407,44
OFICIAL DE CUMPLIMIENTO	A1	SECTOR FINANCIERO	1810000000001	407,44
AGENTE O GERENTE DE AGENCIA	B1		1811749900004	407,04
GERENTE / JEFE DE SEGURIDAD FINANCIERA	B1	INCLUYE: FRAUDES ELECTRÓNICOS, FRAUDES INTERNOS, SEGURIDAD FÍSICA, CONTINGENCIAS DE SEGURIDAD, SUPERVISIÓN DEL ÁREA	1810000000002	407,04
ANALISTA DE RIESGOS	B2		1811749900005	406,48
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA CORPORATIVA	B2		1811749900007	406,48
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA DE PERSONAS	B2		1811749900008	406,48
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA EMPRESARIAL	B2		1811749900009	406,48
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA PYMES	B2		1811749900010	406,48
JEFE ADMINISTRATIVO	B2		1811749900011	406,48
JEFE DE ARCHIVO	B2		1811749900012	406,48
JEFE DE CAJEROS / CANALES	B2		1811749900013	406,48
JEFE DE CÁMARA DE COMPENSACIÓN	B2		1811749900014	406,48
JEFE DE CAMBIOS	B2		1811749900015	406,48
JEFE DE CARTERA	B2		1811749900016	406,48
JEFE DE COBRANZAS DEL EXTERIOR	B2		1811749900017	406,48

JEFE DE COBRANZAS DEL INTERIOR	B2		1811749900018	406,48
JEFE DE COMERCIO EXTERIOR / SWIFT	B2		1811749900019	406,48
JEFE DE CRÉDITO	B2		1811749900020	406,48
JEFE DE CUENTAS CORRIENTES	B2		1811749900021	406,48
JEFE DE DEPARTAMENTO INTERNACIONAL	B2		1811749900022	406,48
JEFE DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL	B2		1811749900023	406,48
JEFE DE REVISORÍA Y CONTROL	B2		1811749900025	406,48
JEFE DE SERVICIOS GENERALES	B2		1811749900026	406,48
ANALISTA DE TECNOLOGÍAS	C1	SECTOR FINANCIERO	1811749900028	405,36
CAJERO FINANCIERO	C2		1811749900031	404,80
OPERADOR DE TECNOLOGÍAS	C2	SECTOR FINANCIERO	1811749900033	404,80
ASISTENTE DE CARTERA	C3		1811749900034	404,24
ASISTENTE DE CRÉDITO	C3		1811749900035	404,24
ASISTENTE DE AUDITORÍA	D2		1811749900039	403,12
ASISTENTE DE CAJA	D2		1811749900040	403,12
ASISTENTE DE CÁMARA DE COMPENSACIÓN	D2		1811749900041	403,12
ASISTENTE DE CAMBIOS	D2		1811749900042	403,12
ASISTENTE DE COBRANZAS DEL EXTERIOR	D2		1811749900043	403,12
ASISTENTE DE COBRANZAS DEL INTERIOR	D2		1811749900044	403,12
ASISTENTE DE DEPARTAMENTO INTERNACIONAL	D2		1811749900046	403,12
ASISTENTE DE DEPARTAMENTO JURÍDICO	D2		1811749900047	403,12
ASISTENTE DE OPERACIONES	D2	SECTOR FINANCIERO	1811749900049	403,12
ASISTENTE DE ORGANIZACIÓN Y MÉTODOS	D2		1811749900050	403,12
ASISTENTE DE PROCESAMIENTO DE DATOS	D2	SECTOR FINANCIERO	1811749900051	403,12
ASISTENTE DE REVISORÍA Y CONTROL	D2		1811749900052	403,12
ASISTENTE DE RIESGOS	D2		1811749900053	403,12
EJECUTIVO DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL	D2		1811749900056	403,12
RECAUDADOR COBRADOR	D2		1811749900057	403,12
ASISTENTE DE CONTABILIDAD FINANCIERO	D2	SECTOR FINANCIERO	1811749900045	403,12
ASISTENTE DE ARCHIVO	E1	SECTOR FINANCIERO	1811749900058	402,56
DIGITADOR DE COMPENSACIÓN	E1	SECTOR FINANCIERO	1811749900060	402,56


Anexo G. Porcentaje de anti plagio

Resultado del análisis


Archivo: FLORES FLORES PLAR ESTEFANIA, 35AE6.docx

Estadísticas

Sospechosas en Internet: 8,4%

Porcentaje del texto con expresiones en internet 

Sospechas confirmadas: 33,56%

Confirmada existencia de los tramos en las direcciones encontradas 

Texto analizado: 64,36%

Porcentaje del texto analizado efectivamente (no se analizan las frases cortas, caracteres especiales, texto roto).

Éxito del análisis: 100%

Porcentaje de éxito de la investigación, indica la calidad del análisis, cuanto más alto mejor.

Direcciones más relevantes encontrados:

Dirección (URL)	Ocurrencias	Semejanza
https://www.derechoecuador.com/registro-oficial/2018/01/registro-oficial-no171-martes-30-de-enero-de-2018-segundo-suplemento	84	3,73 %
https://www.slideshare.net/mauriciocaceresguerrero3/tablas-sectoriales2013-ecuador	49	0,97 %
https://www.buenastareas.com/materias/conclusiones-de-un-testamento/0	15	3,38 %
http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Copia-de-17.-TRANSPORTE-ALMACENAMIENTO-Y-LOGISTICA.pdf	14	0,52 %
https://www.researchgate.net/publication/43530876_Modelo_de_Negocio_El_eslabon_perdido_en_la_direccion_estragica	14	4,81 %
https://cristinamosvega.com/business-model-canvas-alex-osterwalder	10	5,36 %