



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**“Plan de negocios para la oferta de servicios de mantenimiento y reparación
de línea blanca en el D.M.Q”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de
Empresas y Negocios

Autor(a)

Saá Noguera Jorge Eduardo

Tutor(a)

Ing. Marcelo Ríos

QUITO – ECUADOR

2021

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN
PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**


Yo, Jorge Eduardo Saá Noguera declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE LINEA BLANCA EN EL SECTOR COMERCIAL CANTON QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA”, como requisito para optar al grado De Licenciado en Administración de Empresas y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito a los 15 días del mes de Julio. de 2021, firmo conforme:

Autor: Jorge Eduardo Saá Noguera

Firma: 

Número de Cédula: 1724815756

Dirección: Pichincha, Quito, San Antonio de Pichincha, Las Violetas.

Correo Electrónico: jorgeliguista1@hotmail.com

Teléfono: 0958983971

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE LINEA BLANCA EN EL SECTOR COMERCIAL CANTON QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA” presentado por (Jorge Eduardo Saá Noguera), para optar por el Título de Licenciado en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 14 de Julio del 2021



.....
Ing. Marcelo Ríos

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 14 de Julio del 2022



.....
Jorge Eduardo Saá Noguera
(1724815756)

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE LINEA BLANCA EN EL SECTOR COMERCIAL CANTON QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 15 de Julio del 2021



.....
Ing. María Fernanda Becerra, MBA
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....
Ing. Andrés Palacios, M. Sc
VOCAL

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres y profesores, porque son los pilares fundamentales de nuestros sueños en este largo camino, y porque sus conocimientos, experiencia y sugerencias nos han permitido culminar con éxito este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por sus bendiciones, guiándome a lo largo de la vida y brindándome apoyo y fortaleza en tiempos de dificultad y debilidad.

Agradezco a mis padres, ellos son el principal motivo de mi sueño, también les agradezco su confianza en mis expectativas e inculcarme los valores de responsabilidad, respeto y humildad.

Agradezco su ayuda a los profesores de la Universidad Tecnológica Indoamérica, que nos contagian de esperanza y nos inspiran a trabajar duro por nuestros sueños de todos los días.

INDICE DE CONTENIDOS

Contenido

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN	II
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	IV
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
RESUMEN EJECUTIVO.....	16
ABSTRACT	17
INTRODUCCIÓN.....	18
CAPITULO I	1
1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN.....	1
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	1
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO	1
1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.	1
1.2.2 Tabla de características del producto o servicio.....	2
1.3 MERCADO.....	2
1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio	2
1.4 PLAN DE MUESTREO	4
1.4.1 Instrumentos para recopilar información	5
1.5 DISEÑO Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.	6
1.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN	8
1.7 DEMANDA POTENCIAL.....	18
1.8 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE	21
1.8.1 Análisis del microambiente	21
1.8.2 Análisis del macro ambiente.....	22

1.8.3	Análisis de factores incontrolables (MPC, Plan de contingencia)	22
1.8.4	Proyección de la oferta.....	23
1.9	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	24
1.10	DISEÑO DE MARCA (BRANDIGN).....	25
1.11	ESTRATEGIAS DE MARKETING	26
1.12	PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ	27
1.13	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	29
1.14	SEGUIMIENTO DE CLIENTES	32
	PARA EL SEGUIMIENTO DE CLIENTES SE UTILIZARÁ HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS QUE PERMITA MANTENER UNA BASE ACTIVA PARA EL SEGUIMIENTO DE LOS TRABAJOS A REALIZAR.....	32
1.15	ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS.....	34
CAPITULO II.....		35
2	OPERACIONES	35
2.1	OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	35
2.2	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	35
2.2.1	Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	35
2.3	MAPA DE PROCESOS	37
2.4	FLUJOGRAMA.....	37
2.5	DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO.....	39
2.6	DESCRIPCIÓN DE INSTALACIONES, EQUIPOS Y PERSONAS.....	42
2.6.1	Tecnología a aplicar	45
2.7	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	46
2.7.1	Capacidad de Producción Futura.....	46
2.8	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	46
2.8.1	2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.	46
2.9.1	Método de Control de Calidad.	47
2.10	NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO.....	51
2.10.1	Seguridad e higiene ocupacional	51

CAPITULO III	53
3 ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	53
3.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	53
3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	53
3.2.1 Visión de la Empresa.....	53
3.2.2 Misión de la Empresa.....	53
3.2.3 Objetivos y estrategias	53
Matriz FODA	53
El análisis FODA permite que la empresa Servicentro identifique la situación interna y externa del sector.....	53
3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	58
3.3.1 Organización Interna	58
3.3.2 Descripción de puestos.....	59
3.4 CONTROL DE GESTIÓN	61
3.4.1 Indicadores de gestión.....	61
3.5 NECESIDADES DE PERSONAL	63
CAPITULO IV.....	64
4 JURÍDICO LEGAL	64
4.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	64
4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	64
REQUISITOS PARA CONSTITUIR UNA S.A.S.	64
4.3 PASOS PARA CONSTITUIR UNA S.A.S.	65
4.4 REGISTROS DE MARCAS	68
4.5 CONSEJOS PARA REGISTRAR UNA MARCA.....	68
4.6 PROCEDIMIENTO DE REGISTRO	68
4.7 TASAS POR REGISTRO DE MARCA	69
4.8 LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES	70
4.9 PATENTES MUNICIPALES	71
4.10 LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS – LUAE.....	72

CAPITULO V	77
5 EVALUACIÓN FINANCIERA	77
5.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	77
5.2 PLAN DE INVERSIONES	77
5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	79
5.3.1 Mano de Obra.....	79
5.3.2 Depreciación.....	81
5.3.3 Proyección de la depreciación.....	83
5.3.4 Detalle de Costos.....	83
5.3.5 Proyección de Costos	85
5.3.6 Detalle de Gastos.....	86
5.3.7 Proyección Gastos	88
5.4 PLAN DE FINANCIAMIENTO	92
5.5 FORMA DE FINANCIAMIENTO	92
5.6 CÁLCULO DE INGRESOS	92
5.6.1 Proyección de Ingresos.....	93
5.7 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	94
5.8 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	97
5.9 FLUJO DE CAJA	99
5.10 EVALUACIÓN FINANCIERA	102
5.10.1 Indicadores.....	102
5.10.2 Valor Actual Neto (VAN)	102
5.11 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	103
5.12 BENEFICIO COSTO.....	103
5.13 PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	104
6 BIBLIOGRAFÍA.....	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características del producto o servicio.....	2
Tabla 2 Categorización de sujetos.....	2
Tabla 3 Dimensión Conductua.....	2
Tabla 4 Dimensión Geográfica.....	3
Tabla 5 Dimensión Demográfica.....	3
Tabla 6 Métodos de Recolección.....	5
Tabla 7 Pregunta 1.....	8
Tabla 8 Pregunta 2.....	9
Tabla 9 Pregunta 3.....	10
Tabla 10 Pregunta 4.....	11
Tabla 11 Pregunta 5.....	12
Tabla 12 Pregunta 6.....	13
Tabla 13 Pregunta 7.....	14
Tabla 14 Pregunta 8.....	15
Tabla 15 Pregunta 9.....	16
Tabla 16 Pregunta 10.....	17
Tabla 17 Demanda	19
Tabla 18 Proyección de la Demanda.....	20
Tabla 19 Proyección de demanda de dinero en 5 años.....	20
Tabla 20 Plan de Contingencia.....	23
Tabla 21 Proyección de la Oferta.....	23
Tabla 22 Demanda Potencial Insatisfecha.....	25
Tabla 23 Publicidad.....	27
Tabla 24 Seguimiento a clientes.....	34
Tabla 25 Descripción del servicio.....	36
Tabla 26 Diagrama de Recorrido.....	41
Tabla 27 Tamaño del Proyecto.....	42
Tabla 28 Descripción de Equipos.....	44
Tabla 29 Proceso de elaboración.....	45
Tabla 30 Capacidad de producción.....	46
Tabla 31 Materiales y Equipos.....	46
Tabla 32 CheckList.....	47

Tabla 33 Encuesta de Satisfacción.....	49
Tabla 34 Lista de Control.....	49
Tabla 35 FODA.....	54
Tabla 36 Matriz EFE.....	54
Tabla 37 Matriz EFI.....	55
Tabla 38 Puesto.....	59
Tabla 39 Indicadores de Gestión.....	62
Tabla 40 Necesidad de personal.....	63
Tabla 41 Plan de inversiones.....	77
Tabla 42 Capital de Trabajo.....	78
Tabla 43 Calculo de Mano de Obra.....	80
Tabla 44 Cálculo de las Depreciaciones.....	81
Tabla 45 Proyección de la Depreciación.....	83
Tabla 46 Detalle de Costos.....	84
Tabla 47 Proyección de Costos.....	85
Tabla 48 Detalle de los Gastos.....	86
Tabla 49 Gastos de Ventas.....	87
Tabla 50 Proyección de Gastos.....	88
Tabla 51 Gastos de Ventas.....	90
Tabla 52 Proyección de Ventas.....	90
Tabla 53 Proyección de Gastos.....	91
Tabla 54 Plan de Financiamiento.....	92
Tabla 55 Precio de Venta Unitario.....	93
Tabla 56 Cálculo de Ingreso Anual.....	93
Tabla 57 Proyección de Ingresos.....	93
Tabla 58 Punto de Equilibrio.....	95
Tabla 59 Costos Fijos Mensuales.....	95
Tabla 60 Flujo de Caja.....	100
Tabla 61 Valor Neto.....	102
Tabla 62 Cálculo de TMAR.....	102
Tabla 63 Tasa Interna de Retorno.....	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	9
Gráfico 2	10
Gráfico 3	11
Gráfico 4	12
Gráfico 5	13
Gráfico 6	14
Gráfico 7	14
Gráfico 8	15
Gráfico 9	16
Gráfico 10	17
Gráfico 11	19
Gráfico 12	20
Gráfico 13	22
Gráfico 14	24
Gráfico 15	38
Gráfico 16	40
Gráfico 17	42
Gráfico 18	43
Gráfico 19	50
Gráfico 20	57
Gráfico 21	58
Gráfico 22	59
Gráfico 23	97
Gráfico 24	98

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1;Error! Marcador no definido.
Imagen 2	25
Imagen 3	30
Imagen 4	30
Imagen 5	31
Imagen 6	31
Imagen 7	32
Imagen 8	32
Imagen 9	33
Imagen 10	43
Imagen 11	49

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE LINEA BLANCA EN EL SECTOR COMERCIAL CANTÓN QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA”

AUTOR: Jorge Eduardo Saá Noguera

TUTOR: Ing. Marcelo Ríos

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación consiste en elaborar un plan de negocio para brindar un servicio de mantenimiento y reparación de línea blanca con la creación de la empresa Servicentro optimizando tiempo y con las debidas normas de calidad en su servicio, debido que será dirigido a los establecimientos de alojamiento y servicio de comida en el Distrito Metropolitano de Quito. El objetivo es llegar a ser una organización reconocida a nivel nacional en brindar un servicio de tiempo rápido a un precio accesible. Se implementará un modelo digital en la cual el cliente podrá elegir diferentes alternativas de solución para sus equipos al igual que la contratación del servicio sobre lo que desee reparación o mantenimiento, esto será dirigido para todo tipo de establecimientos dentro de la comunidad de San Antonio de Pichincha y para todo el Distrito Metropolitano de Quito. Esto se realizó debido a que existe una gran demanda en el sector residencial y se busca una nueva forma de negocio innovando el servicio solo para el sector comercial que son: servicios de alojamiento y comida. Se quiere demostrar que el servicio de reparación y mantenimiento en línea blanca puede ser innovadora concentrados dentro del sector. Como metodología se realiza una segmentación demográfica y geográfica en la cual se detalla la cantidad de establecimientos que existe dentro del sector al cual nos dirigimos.

DESCRIPTORES: Línea blanca, Reparación, Mantenimiento, Diseño Digital

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

THEME: (“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE LINEA BLANCA EN EL SECTOR COMERCIAL CANTÓN QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA”)

AUTHOR: Jorge Eduardo Saá Noguera

TUTOR: Ing. Marcelo Ríos

ABSTRACT

This research consists of developing a business plan to provide a white line maintenance and repair service with the creation of the Servicentro company optimizing time and with the proper quality standards in its service, since it will be directed to accommodation establishments and food service in the Metropolitan District of Quito. The goal is to become a nationally recognized organization in providing a quick-time service at an affordable price. A digital model will be implemented in which the client will be able to choose different solution alternatives for their equipment as well as the hiring of the service on what they want to repair or maintenance, this will be directed to all types of establishments within the community of San Antonio de Pichincha and for the entire Metropolitan District of Quito. This was done because there is a great demand in the residential sector and a new form of business is being sought by innovating the service only for the commercial sector, which are: accommodation and food services. It is intended to demonstrate that the white line repair and maintenance service can be innovatively concentrated within the sector. As a methodology, a demographic and geographic segmentation is carried out in which the number of establishments that exist within the sector to which we are directed is detailed.

DESCRIPTORS: Appliances, Repair, Maintenance, Digital Design

**(FIRMA Y SELLO DEPARTAMENTO DE
IDIOMAS)**

INTRODUCCIÓN

La presente idea de negocio tiene como finalidad integrar los conocimientos adquiridos de las asignaturas recibidas durante la carrera universitaria, así como también contribuir al desarrollo económico y social a través de la propuesta de la creación de la empresa Servicentro brindando el servicio de mantenimiento y reparación de línea blanca dentro del sector de alojamiento y servicios de comida, ofreciendo trabajos garantizados y a tiempo adecuado. Especializarse en el ámbito de arreglo de línea blanca a nivel nacional para mejorar la rentabilidad del negocio dirigiéndose al sector comercial de manera llamativa junto a la empresa "Servicentro", en la ciudad de Quito, en el año 2021.

El trabajo se desarrollará en base a los siguientes capítulos:

Capítulo I Mercado y Comercialización el cual brindara especificaciones e información del servicio, se identifica un estudio de mercado obteniendo datos reales mediante la plataforma, INEC Y REDATAM, para la segmentación determinando el alcance del servicio, se detalla la demanda y la oferta, las estrategias de marketing y el estudio del entorno con matrices como; MPC, FODA.

Capítulo II Operaciones, se detalla los recursos que necesita Servicentro para el cumplimiento de su servicio y define la normativa para su funcionalidad.

Capítulo III Organización y Gestión, Se define la razón de ser de la organización, misión, visión y su estructura organizacional en la que se define los puestos de trabajo.

Capítulo IV Jurídico Legal, determina la normativa que rigen y regulan por la ley de compañías para la conformación de la organización por las diferentes Instituciones.

Capítulo V Evaluación financiera, se identificará si el plan de negocio tiene viabilidad para establecerse dentro del mercado, identificando el cálculo de sus ingresos, costos y gastos.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa de mantenimiento y reparación de línea blanca en el sector comercial en la ciudad de Quito el cual consiste en crear una nueva forma de servicio otorgando rapidez y seguridad a los establecimientos de alojamiento y servicio de comida.

Objetivos Específicos

Comercial

Identificar la factibilidad de la creación de una empresa de reparación y mantenimiento de línea blanca, ubicado en la provincia de Pichincha, cantón Quito.

Producción

Dentro del capítulo II se detallará la descripción y los métodos de cada proceso a realizar, el diseño, operación y control de sistemas para la manufactura y presentación del servicio.

Administrativo

Detallar el análisis de la gestión estratégica y la organización funcional de la empresa con la finalidad de dar a conocer la parte interna y la funcionalidad de sus objetivos.

Legal

Verificar la parte jurídica, legal y los permisos municipales para el funcionamiento de la organización Servicentro en la ciudad de Quito.

Financiero

Identificar el grado de factibilidad y rentabilidad del plan de negocio, mediante el análisis de los indicadores financieros.

CAPITULO I

1 Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

Identificar la factibilidad de la creación de una empresa de reparación y mantenimiento de línea blanca, ubicado en la provincia de Pichincha, cantón Quito.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.

Puede resultar extraño señalar que Ecuador es uno de los países que más vende electrodomésticos en América Latina, seguido de Argentina y Brasil. Los ecuatorianos han mostrado un gran interés en los artefactos de la Línea Blanca y los artefactos que se enfocan en la tecnología inteligente.

“Los electrodomésticos en el Ecuador se comercializan de tal forma que se estima la presencia de un almacén de artículos para el hogar cada dos cuadras, 7 las zonas céntricas y la capital de esta nación han visto en la venta de electrodomésticos un negocio rentable, además los comerciantes de este producto ofrecen crédito y cómodas cuotas motivo por el cual se incentiva su adquisición” (Espinoza, 2016).

“La oferta de productos de línea blanca está compuesta por 70% de producción nacional y 30% de importaciones de marcas como General Electric, LG, Electrolux entre otras, mientras que la demanda de productos de línea blanca en Ecuador varía de acuerdo a la necesidad de adquisición, la zona geográfica y el nivel socioeconómico de la población” (Jacome & Varela, 2011).

La diferencia de Servicentro con la competencia de servicios de mantenimiento de línea blanca será que brindará trabajo, rapidez y seguridad, además de un modelo digital para contratar membresías establecidas para el mantenimiento preventivo y correctivo.

1.2.2 Tabla de características del producto o servicio

Se Determina el cuadro donde se visualiza las características transformadas en beneficios.

Tabla 1 Características del producto o servicio

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO/ SERVICIO	BENEFICIOS PARA EL CONSUMIDOR
SERVICIO A DOMICILIO	Seguridad de la reparación, comodidad
ASIGNACIÓN DE MEMBRESÍAS	Precios accesibles con un trabajo especializado
SERVICIO CON GARANTÍA	Conveniencia del servicio
REPUESTOS ORIGINALES	Validación de la reparación, mejor calidad del servicio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

1.3 Mercado

El mercado en el cual se brindará el servicio será destinado al sector comercial en la Provincia de Pichincha y Provincias aledañas ubicándose en la ciudad de Quito.

1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio

El servicio será direccionado a las actividades de alojamiento y servicio de comida.

1.3.1.1 Categorización de sujetos

La organización se dirigirá directamente a las empresas del sector comercial

Tabla 2 Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Alojamientos, servicios de comida.
¿Quién usa?	Alojamientos, servicios de comida.
¿Quién decide?	Alojamientos, servicios de comida.
¿Qué influye?	Personal de operaciones, Técnicos de Refrigeración.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

1.3.1.2 Estudio de Segmentación

Tabla 3 Dimensión Conductual

VARIABLE	DESCRIPCION
TIPO DE NECESIDAD:	SEGURIDAD, RAPIDEZ, GARANTIA
TIPO DE COMPRA:	COMPARACION
RELACION CON LA MARCA:	SI
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	POSITIVA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 4 Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	EMPRESAS 2019	TCE	TCEA	EMPRESAS 2021
PAÍS	Ecuador	882.766	9%	18%	1.041.663
REGIÓN	Sierra	464.780	9%	18%	548.440
PROVINCIA	Pichincha	206.257	15.2%	30%	243.338
CANTÓN	Quito	190.991	15.2%	30%	249.052

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Nota: Datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Considerando el servicio que se desea ofrecer, la cotización se considera en el Distrito Metropolitano de Quito, porque representa uno de los polos de desarrollo más grandes del país, y el consumo de electrodomésticos representa una gran oportunidad de mercado para el proyecto, que se explicará en el transcurso del tema.

Identificando que la proyección para el año 2021 dentro del país existe 1.041.663 identificado como pequeñas, medias y grandes empresas, en la región Sierra 548.440, en la provincia de Pichincha 243.338 empresas y en el cantón Quito 249.052 empresas, estos datos obtenidos por la multiplicación de la tasa acumulada empresarial.

Tabla 5 Dimensión Demográfica

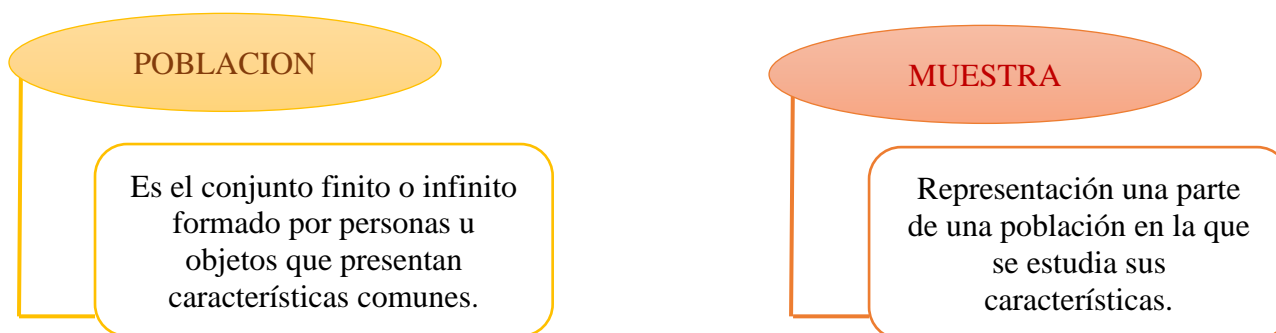
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	EMPRESAS 2019	TCE	TCEA	EMPRESAS 2021
ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE COMIDA	Hoteles, restaurantes, bares	12.820	10.75%	22%	15.576

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Nota: Datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

1.4 Plan de muestreo

Muestreo no probabilístico. - El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo en la que los investigadores seleccionan muestras basándose en un juicio subjetivo en lugar de una selección aleatoria.



El número de empresas se determina mediante la página oficial del INEC (Directorio de Empresas).

El proyecto será ejecutado en la Provincia de Pichincha, dentro de la zona comercial de Quito que tiene 15.576 empresas dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comida.

Dónde:

- n= Tamaño de la muestra
- Z= Nivel de confianza
- p= Probabilidad de éxito
- q= Probabilidad de fracaso
- N= Tamaño de la población

- e= Margen de error

CÁLCULO DE LA MUESTRA

Datos:

- Z= 95% = 1,96
- p= 50% = 0.50
- q= 50% = 0.50
- N= 15.576
- e= 5% = 0.05

Fórmula 1

Desarrollo de la Muestra

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

$$n = \frac{15.576 * 1.96^2 (0.50)(0.50)}{0.05^2(15.576 - 1) + 1.96^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 373$$

Como resultado de la muestra se realizará 373 encuestas mediante Google Forms. La encuesta tiene la finalidad de obtener información relacionada con el servicio de reparación y mantenimiento de línea blanca.

1.4.1 Instrumentos para recopilar información

Identificar los instrumentos necesarios para recopilar toda la información, generando una investigación más concreta del servicio a ofrecer para un mejor rendimiento.

Tabla 6 *Métodos de Recolección*

Objetivo Específico: Conocer de una forma detallada los instrumentos de información para ejercer un servicio de calidad.

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
¿Qué es un servicio de línea blanca?	Secundaria	Sitio Web	Servicios agrupados

Tipos de herramientas a utilizar	Secundaria	Proveedores	Ferreterías
Repuestos a utilizar	Secundaria	Proveedores	Distribuidoras
¿Conoce sobre el servicio de reparación de línea blanca?	Primaria	Encuesta	Bancos de datos de otras organizaciones
Costos de los softwares contables	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Mantenimientos de los softwares contables	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Capacitación para el manejo de los softwares	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Objetivo Estratégico: Impulsar el servicio desarrollando un sitio web de fácil acceso y uso para que los clientes puedan interactuar con la plataforma y ganar mayor rentabilidad y credibilidad del servicio.

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Empresas de reparación de línea blanca	Secundaria	Sitio Web	Bancos de datos de otras organizaciones
Gustos y preferencias de las organizaciones	Primaria	Gerentes	Encuesta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

1.5 Diseño y recolección de información.

Sitio web: Un sitio web es un conjunto de documentos electrónicos y páginas web relacionadas con un tema específico.

Proveedores: Los proveedores pueden ser personas físicas o jurídicas que proporcionen inventario y mercancías a otras empresas.

Encuestas: Esta encuesta es una técnica que se realiza mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de población.

INEC: El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC) es el órgano rector de la Oficina Nacional de Estadísticas del Ecuador.

Redatam: Redatam es un acrónimo de "Small Area Data Recovery from Microcomputer". Los datos pueden provenir de cualquier combinación de censos, encuestas u otras fuentes. La base de datos se puede procesar en asociación con una base de datos externa en un formato común.

Desarrollo de instrumentos

Información Secundaria

- **BANCOS DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES**

Costo de softwares contables. – “Los costos de un programa contable puede variar por los planes y beneficios que se escoja. Un software de contabilidad podría ayudarte a concentrar en un solo sitio la data que necesitas, tus comprobantes fiscales, entre otra información, no sólo para realizar tus declaraciones anuales, sino para analizar posteriormente tus números y decidir por el futuro de tu negocio” (Aguilar, 2021).

Mantenimiento de los softwares contables. – “El soporte técnico al cliente para software de contabilidad puede transformarse en el gran aliado que necesitabas o bien en un dolor de cabeza. El mercado ofrece una gran variedad de opciones en lo que a plataformas contables se refiere y uno de los factores más relevantes a la hora de decidir por una u otra es el apoyo técnico que ofrece la empresa desarrolladora” (Atik, 2020).

Capacitación para el manejo de softwares. – “El soporte al cliente es el modelo de servicios generado por las organizaciones para comunicar de asistencia a los clientes de un determinado producto o servicio. La mayoría de estas ofrecen asistencia remota, ya sea de manera gratuita o cobrando una cuota” (Atik, 2020).

- **INFORMACION PRIMARIA**

- **ENCUESTA**

1.- **¿Conoce sobre el servicio de reparación y mantenimiento de línea blanca (electrodomésticos)?**

SI

NO

2. - **¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por la revisión de su equipo?**

\$5

\$10

\$15

3. - ¿Sabía usted que al realizar mantenimiento de sus equipos tienden a que sus daños sean menos perjudiciales?

SI

NO

4. - ¿Con que frecuencia realiza el mantenimiento de sus equipos?

Cada 6 meses

Cada año

Cada dos años

5. - ¿Qué equipos suelen dar problemas con frecuencia?

Equipos de refrigeración y congelación

Equipos de cocina

Equipos de climatización

6. - ¿Usted ha tenido problemas al contratar un servicio técnico?

SI

NO

7. - ¿Qué tipo de problema identifico al realizar la contratación del servicio?

No tuvieron una respuesta inmediata al comunicarse

No tuvo garantía del trabajo y se le daño rápidamente

Se demoraron demasiado tiempo en arreglar el equipo

8.- ¿Contrataría servicio de mantenimiento a través de una membresía?

SI

NO

9.- ¿Al momento de contratar el servicio, por qué medios le gustaría realizarlo?

Mediante página web

Mediante llamadas telefónicas

Mediante redes sociales

10.- ¿Por qué tiempo usted contrataría una membresía?

6 meses

1 año

2 años

1.6 Análisis e Interpretación

Pregunta 1. - ¿Conoce sobre el servicio de reparación y mantenimiento de línea blanca (electrodomésticos)?

Tabla 7 Pregunta 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	294	78,8%
NO	79	21,2%
Total	373	100%

Fuente: Investigación Propia

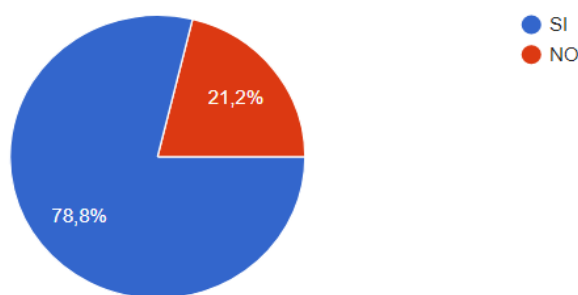
Elaborado por: Autor

Gráfico 1

Pregunta 1

1.- ¿Conoce sobre el servicio de reparación y mantenimiento de línea blanca (electrodomésticos) ?

373 respuestas



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Interpretación: Dentro de la pregunta 1 se visualiza que el 78.8% conoce sobre un servicio de reparación en línea blanca mientras que el 21.2% no conoce de este servicio.

Análisis: El mayor porcentaje de las personas conoce sobre el servicio de reparación y mantenimiento de línea blanca el cual es algo satisfactorio para el servicio.

Pregunta 2. - ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por la revisión de su equipo?

Tabla 8 Pregunta 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$5	60	16,1%
\$10	236	63,4%
\$15	76	20,4%

Total	373	100%
--------------	-----	------

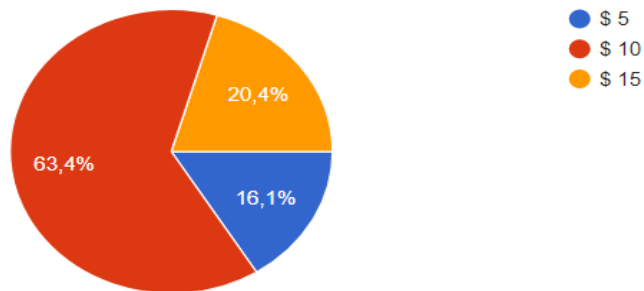
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Gráfico 2

Pregunta 2

2.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por la revisión de su equipo?

372 respuestas



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Interpretación: Dentro de la pregunta 2 se visualiza que el 63.4% estaría dispuesto a pagar \$10 por la revisión de su equipo, el 20.4% pagaría \$15 y el 16.1% pagaría \$5.

Análisis: Podemos observar que los precios son accesibles para la revisión de su equipo y el 63.4% de personas realizarían un pago de \$10 solo por la revisión de su equipo.

Pregunta 3. - ¿Sabía usted que al realizar mantenimiento de sus equipos tienden a que sus daños sean menos perjudiciales?

Tabla 9 Pregunta 3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	288	77,2%
NO	85	22,8%
Total	373	100%

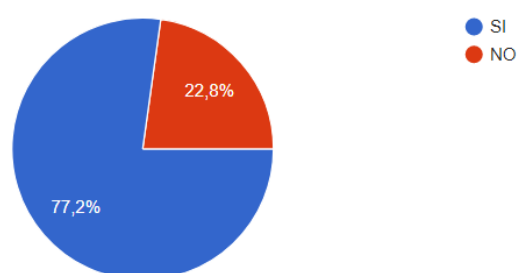
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Gráfico 3

Pregunta 3

3.- ¿Sabía usted que al realizar mantenimiento de sus equipos tienden a que sus daños sean menos perjudiciales?

373 respuestas



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Interpretación: Dentro de la pregunta 3 se determina que el 77.2% saben que si realizan el mantenimiento de sus equipos es menos probable a dar fallas o daños perjudiciales, mientras que el 22.8% no conoce sobre este beneficio.

Análisis: Al obtener un porcentaje de 77.2% el generar membresías para la realización de un mantenimiento sería un beneficio para la organización.

4.- ¿Con que frecuencia realiza el mantenimiento de sus equipos?

Tabla 10 Pregunta 4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cada 6 meses	65	17,6%
Cada año	193	52,2%
Cada dos años	61	16,5%
Nunca	54	13,8%
Total	373	100%

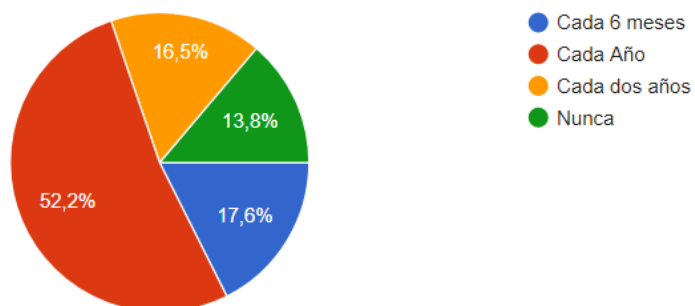
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Gráfico 4

Pregunta 4

4.- ¿ Con qué frecuencia realiza el mantenimiento de sus equipos?

370 respuestas



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Interpretación: Dentro de la pregunta 4 se observa que el 52.2% realiza mantenimiento de sus equipos cada año, el 17.6% cada 6 meses el 16.5% cada dos años y el 13.8% nunca realiza mantenimiento.

Análisis: Se indaga que el mayor número de personas 52.2% realizan un mantenimiento de sus equipos cada año.

Pregunta 5. - ¿Qué equipos suelen dar problemas con frecuencia?

Tabla 11 Pregunta 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Equipos de refrigeración y congelación	231	63,8%
Equipos de cocina	84	22,5%
Equipos de climatización	51	13,7%
Total	373	100%

Fuente: Investigación propia

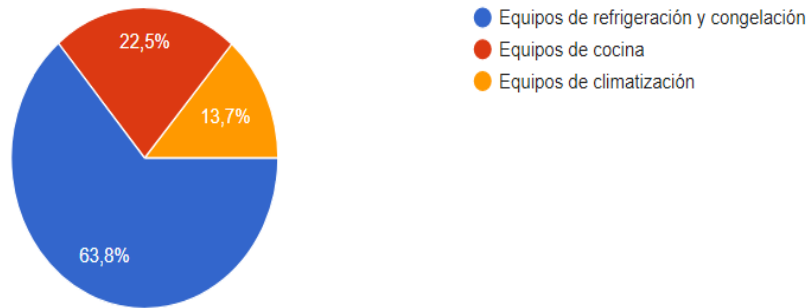
Elaborado por: El Autor

Gráfico 5

Pregunta 5

5.- ¿Que equipos suelen dar problemas con frecuencia?

373 respuestas



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Interpretación: Dentro de la pregunta 5 se visualiza que al 63.8% los equipos que suelen dar mayor problema son los equipos de refrigeración y congelación, el 22.5% en sus equipos de cocina y el 13.7% en los equipos de climatización.

Análisis: Podemos centrarnos que el mayor porcentaje en este caso el 63.8% suele tener problemas con sus equipos de refrigeración por lo cual contamos con servicio calificado para el mantenimiento y arreglo de estos equipos.

6.- ¿Usted ha tenido problemas al contratar un servicio técnico?

Tabla 12 Pregunta 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	282	75,6%
NO	91	24,4%
Total	373	100%

Fuente: Investigación propia

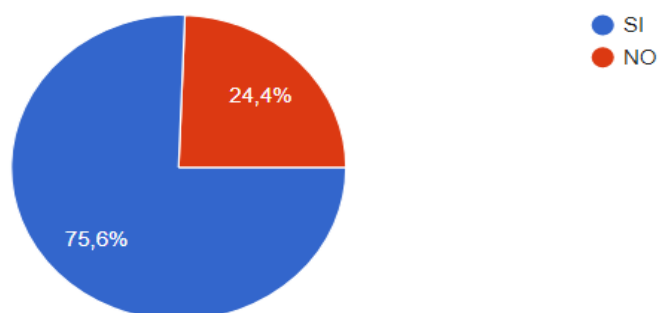
Elaborado por: El Autor

Gráfico 6

Pregunta 6

6.- ¿Usted ha tenido problemas al contratar un servicio técnico?

373 respuestas



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Interpretación: Dentro de la pregunta 6 se visualiza que el 75.6% han tenido problemas al contratar un servicio técnico, mientras que el 24.4% dice que no.

Análisis: Debido a que el 75.6% de personas han tenido problemas con el servicio técnico ofreceremos seguridad y confianza al momento de contratar nuestro servicio.

7. - ¿Qué tipo de problema identifico al realizar la contratación del servicio?

Tabla 13 Pregunta 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No tuvieron respuesta al comunicarse	118	31,6%
No tuvo garantía del trabajo	168	45,00%
Se demoraron demasiado tiempo en arreglar el equipo	87	27,3%
Total	373	100%

Fuente: Investigación propia

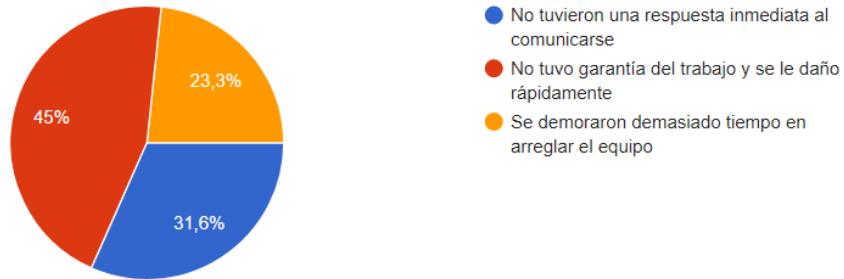
Elaborado por: El Autor

Gráfico 7

Pregunta 7

7.- ¿Qué tipo de problema identificó al realizar la contratación del servicio?

373 respuestas



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Interpretación: Dentro de la pregunta 7 se visualiza que el 45% no tuvo garantía del trabajo y los equipos se les dañaba rápidamente, el 31,6% no tuvieron una respuesta inmediata al comunicarse y el 23,3% se demoraron demasiado tiempo en arreglar el equipo.

Análisis: Al observar que el 45% de personas no tuvieron garantía del trabajo se brindara un servicio en el cual las personas tengan garantía del trabajo, una comunicación inmediata y un diagnóstico previo al arreglo para automatizar tiempos y realizarlo de una forma inmediata.

8. - ¿Le gustaría contratar una membresía para optimizar una garantía del mantenimiento de sus equipos y su precio sea justo?

Tabla 14 Pregunta 8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	304	81,5%
NO	69	18,5%
Total	373	100%

Fuente: Investigación propia

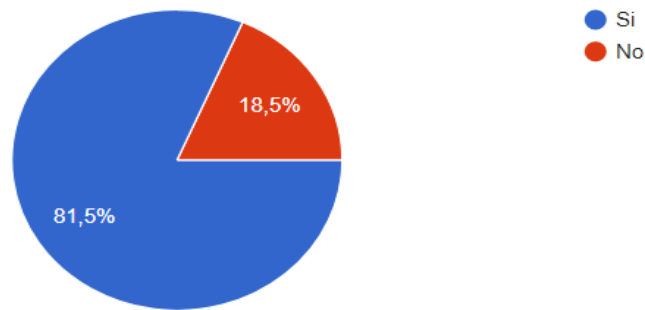
Elaborado por: El Autor

Gráfico 8

Pregunta 8

8.- ¿Contrataría servicio de mantenimiento a través de una membresía?

373 respuestas



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Interpretación: Dentro de la pregunta 8 se obtuvo que el 81.5% de personas le gustaría contratar una membresía para optimizar una garantía del mantenimiento de sus equipos y su precio sea justo mientras que el 18.5% no desea la membresía.

Análisis: Observamos que el brindar una membresía sería un beneficio para los clientes como para la empresa debido a que mejoraría su rentabilidad teniendo como dato que el 81.5% aceptaría este beneficio.

Pregunta 9. - ¿Al momento de contratar el servicio, por qué medios le gustaría realizarlo?

Tabla 15 Pregunta 9

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mediante página web	140	37,5%
Mediante llamadas telefónicas	178	47,5%
Mediante redes sociales	56	15%
Total	373	100%

Fuente: Investigación propia

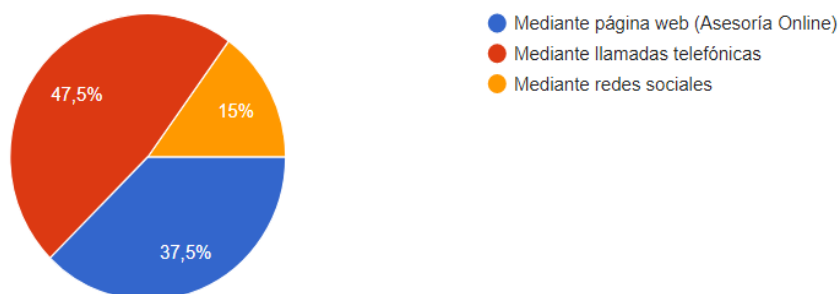
Elaborado por: El Autor

Gráfico 9

Pregunta 9

9.- ¿Al momento de contratar el servicio, por qué medios le gustaría realizarlo?

373 respuestas



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Interpretación: Dentro de la pregunta 9 podemos ver que el 47.5% preferiría contratar este servicio mediante llamadas telefónicas, el 37.5% mediante una página web y el 15% mediante redes sociales.

Análisis: Determinamos que el mayor porcentaje de gente prefiere contratar el servicio mediante llamadas telefónicas por lo cual contaremos con un numero de asistencia gratuita para que se puedan comunicar.

Pregunta 10. - ¿Por qué tiempo usted contrataría una membresía?

Tabla 16 *Pregunta 10*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
6 meses	126	33,6%
1 año	199	53,5%
2 años	48	12,9%
Total	373	100%

Fuente: Investigación propia

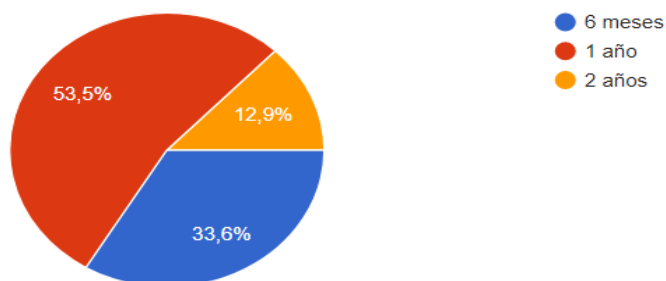
Elaborado por: El Autor

Gráfico 10

Pregunta 10

10.- ¿ Por qué tiempo usted contrataría una membresía?

372 respuestas



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Interpretación: Dentro de la pregunta 10 se determina que el 53.5% de las personas contrataría una membresía para un año, el 33.6% lo contrataría por 6 meses y el 12.9% lo haría para 2 años.

Análisis: Determinamos que el 53.5% de las personas realizarían el contrato de la membresía para un año teniendo como objetivo de brindar confianza y seguridad en los arreglos de sus equipos.

1.7 Demanda Potencial

“La demanda potencial es un nivel máximo de demanda alcanzable por un determinado producto dada una serie de condiciones. En otras palabras, las probabilidades de éxito del mismo en un mercado” (Galán, 2021).

Demanda Actual del servicio

Para determinar la demanda potencial se escoge datos del estudio de segmentación de mercados, valores otorgados por el INEC quien dota el número de alojamientos y servicio de comida legalmente constituidos dentro de la ciudad de Quito que corresponde a la variable demográfica 15.576 (Numero de alojamiento y servicios de comida).

Demanda por persona

Al ser un servicio innovador, no existen datos históricos por lo tanto para el cálculo de la demanda por persona se ha tomado como referencia el mercado al cual se va a dirigir el servicio, la cual sería la variable demográfica (Numero de alojamientos y servicios de comida) lo cual la cantidad es 15.576 que será multiplicado por la opción Si, basándose en los resultados de la encuesta de la pregunta 8, para conocer si las empresas contratarían una

membresía para el servicios de manteniendo de sus equipos de línea blanca obteniendo un resultado del 81.5% especificando un resultado total de 12.694 para el año 2021.

Tabla 17*Demanda*

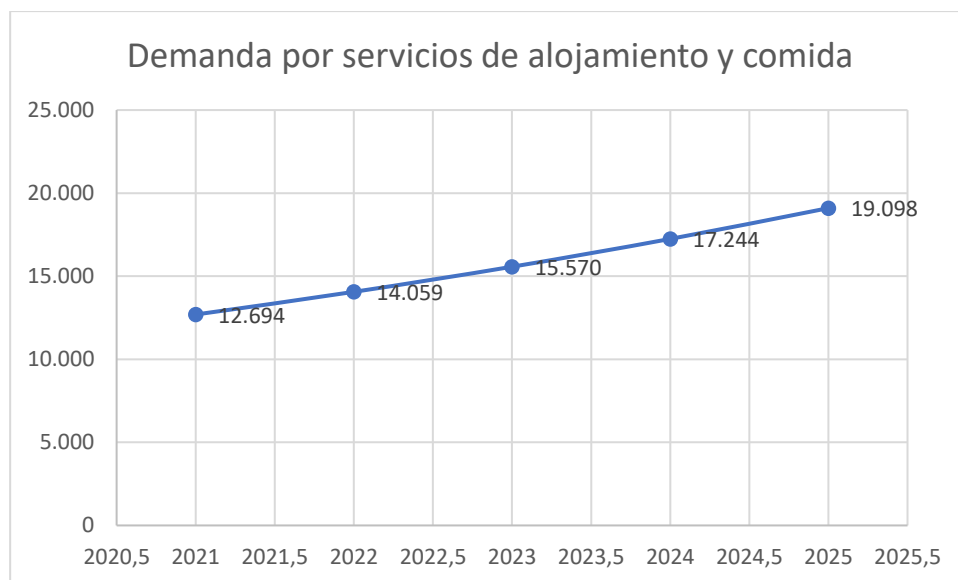
Año	Tasa de crecimiento empresarial	Cantidad
2021		12.694
2022	10,75%	14.059
2023	10.75%	15.570
2024	10.75%	17.244
2025		19.098

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Gráfico 11

Demanda



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación

Después de haber analizado la demanda del servicio que se quiere brindar en el mercado de alojamientos y servicio de comida se puede definir que 12.694 empresas accederían a contratar el servicio de mantenimiento de equipos de línea blanca mediante una membresía en el año 2021 y mediante la proyección al año 2025 sería de 19.098, lo cual sería la cantidad obtenida por medio de

la proyección de la tasa de crecimiento empresarial especificado por los servicios de alojamiento y comida del 10.75%.

Demanda por dinero

Para determinar la demanda por dinero se toma como referencia una pregunta de la encuesta que permite identificar el valor que tendrá el diagnóstico de los equipos. Para realizar la proyección se multiplicará la demanda de locales comerciales del año 2021 que es 12.694 por el 63.4% de los locales que pagarían un valor de \$10 del diagnóstico obteniendo como resultado 126.940.

Tabla 18 *Proyección de la Demanda*

Variable	Porcentaje	Demanda
10.00	63.4%	12.694
Total		126.940

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Al obtener una demanda por dinero de 126.940 en el año 2021, se realiza una proyección para los próximos 5 años.

Tabla 19 *Proyección de demanda de dinero en 5 años*

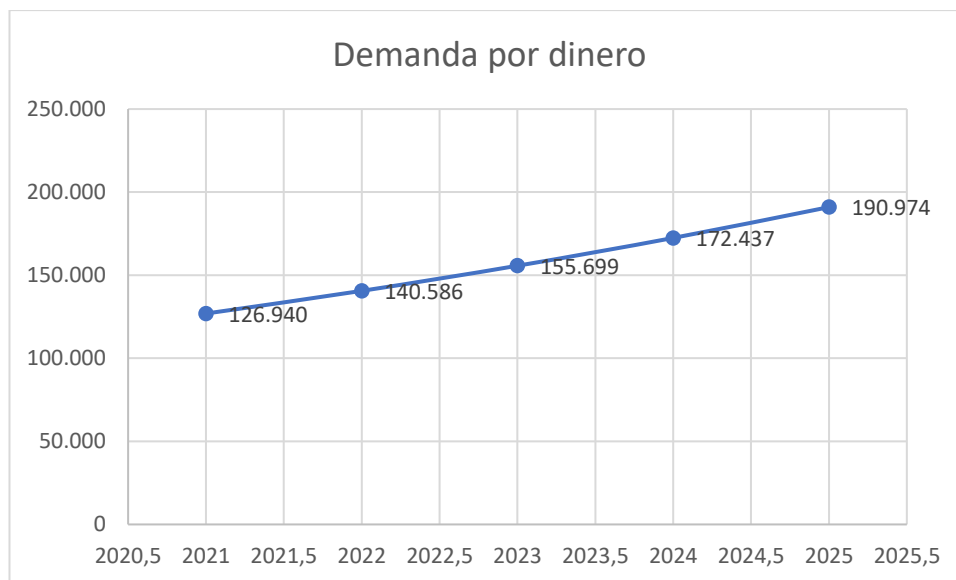
Año	Tasa de crecimiento empresarial	Cantidad
2021		126.940
2022	10,75%	140.586
2023	10,75%	155.699
2024	10,75%	172.437
2025	10,75%	190.974

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Gráfico 12

Demanda de Dinero



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación

Después de haber analizado la demanda por dinero del servicio de reparación y mantenimiento de línea blanca brinda resultados favorables para la contratación de una membresía.

1.8 Análisis del Macro y Microambiente

1.8.1 Análisis del microambiente

Fortalezas	Debilidades
Atención Personalizada	Escaza Inversión
Amplia oferta de servicios	Desconocimiento del entorno digital
Estructura Organizacional	Talento humano
Cultura financiera	Tamaño empresarial reducido
Oportunidades	Amenazas
Buena relación con proveedores	Competencia
Transformación digital	Cambio de leyes
Apertura de nuevos mercados	Desarrollo de nuevos electrodomésticos
Innovación en los servicios	Crisis económica

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Determinación de 5 fuerzas de mercado

- **Poder de negociación de los clientes.**
 - Mejorar los canales de venta.
 - Incrementar la confiabilidad y reducción de precios de los servicios.
- **Poder de negociación de los proveedores.**

- Generar una base más amplia de los clientes.
- Crear mayores alianzas y extensiones de mercado.
- **Amenaza de nuevos competidores entrantes.**
 - Diferenciador del servicio.
 - Diferentes tipos de marcas.
- **Amenaza de nuevos productos sustitutivos.**
 - Aumentar la inversión en publicidad.
 - Implementar la venta de repuestos originales para todas las marcas.
- **Rivalidad entre los competidores.**
 - Asociación con otros competidores.
 - Aumentar la inversión de expansión.

1.8.2 Análisis del macro ambiente

1.8.3 Análisis de factores incontrolables (MPC, Plan de contingencia)

En la matriz de posición competitiva, la empresa se compara con sus competidores. Considere los factores clave del éxito y el desempeño de cada empresa para compararlos en su gestión. Contribuyendo de este modo con el desarrollo del presente proyecto, permitiendo tener al alcance datos que permitan marcar un camino sobre los factores que establecen el éxito de una empresa.

Gráfico 13

Matriz MPC

Matriz de Perfil Competitivo					
Factores clave	peso	“SERVICENTRO”		“LOS GATOS & QUBAFRIO”	
		Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado
Personal capacitado	0,50	4	2	3	1,5
Tecnología de última generación	0,1	2	0,2	2	0,1
Recursos Disponibles	0,10	4	0,4	3	0,13
Servicio al cliente	0,30	4	1,2	2	0,6

Total	100		3,8		2,33
--------------	-----	--	-----	--	------

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Plan de contigencia

En el desarrollo del proyecto se establece un Plan de Contingencia ya que este permitira poseer las herramientas necesarias ante un posible obstáculo o inconveniente no planeado y que influya de manera negativa, sobre el correcto desarrollo de los procesos empresariales, ayuda a proveer la capacidad para responder a emergencias, recuperarse de ellas, y reanudar las operaciones normales, posiblemente en una ubicación alterna, en el evento de una emergencia, falla del sistema, o desastre.

Tabla 20 *Plan de Contingencia*

Plan de contigencia	
PREGUNTAS	SI NO
LA ORGANIZACIÓN CUENTA CON UNA PLANIFICACION EN EL CASO DE APROBACIÓN DE COSTOS	
CUENTA CON SISTEMAS DE SEGURIDAD INFORMATICA	
EVALUA MENSUALMENTE LOS RIESGOS O FALLAS DE LA ORGANIZACIÓN	
DISPONE DE UN MANUAL DONDE SE DOCUMENTE LOS PROCESOS	
REALIZAN SIMULACROS PARA SOLUCIONAR FALLAS	
SE IMPLEMENTA NUEVAS ESTRATEGIAS PARA BUSCAR SOLUCIONES	
REALIZA UN MONITOREO DEL TRABAJO DEL EQUIPO	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

1.8.4 Proyección de la oferta.

“Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes” (Chambi Zambra, 2012).

Para la proyección de la oferta la empresa Servicentro tomara los resultados anuales (24.000) obtenidos en dólares por la empresa Los Gatos & Qubafrio. Posterior el valor se calcula

mediante el crecimiento del PIB empresarial 3.10%.

Tabla 21 *Proyección de la Oferta*

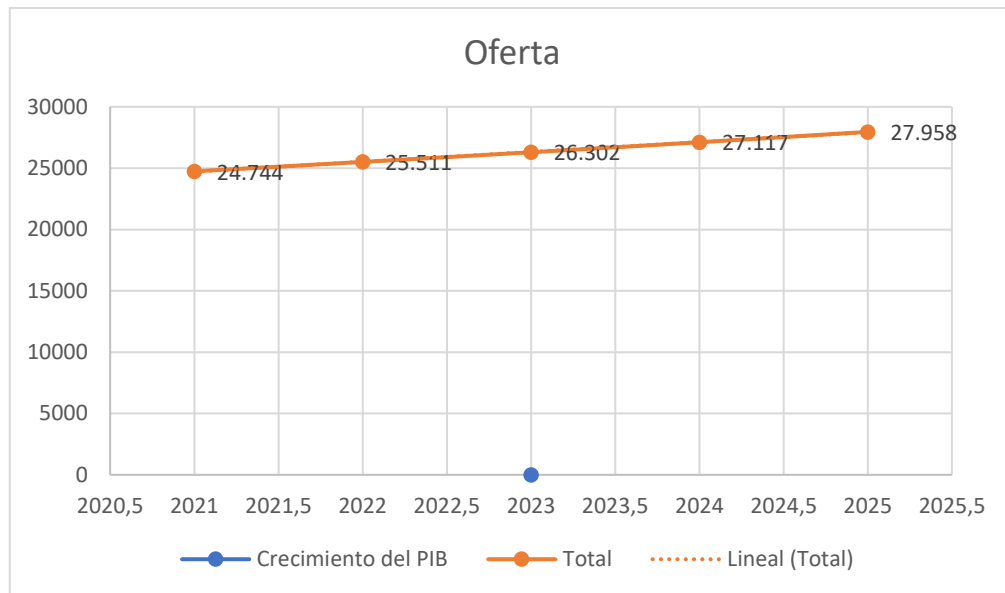
Año	Crecimiento del PIB	Total
2021		24.744
2022		25.511
2023	3,10%	26.302
2024		27.117
2025		27.958

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Gráfico 14

Oferta



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

La proyección se la realiza a cinco años con una tasa de crecimiento empresarial de 3.10%.

1.9 Demanda Potencial Insatisfecha

Para la realización el cálculo de la demanda potencial insatisfecha se recoge el valor

de la demanda calculada anteriormente y la oferta.

Tabla 22 *Demanda Potencial Insatisfecha*

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2021	126.940	24.744	102.196
2022	140.586	25.511	115.075
2023	155.699	26.302	129.397
2024	172.437	27.117	145.320
2025	190.974	27.958	163.016

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

1.10 Diseño de marca (brandign)

- **Nombre de la marca: SERVICENTRO**

El nombre de la empresa nace de acuerdo con la actividad que se realiza y en favor de todos los socios que van a participar, es muy llamativo, muestra la intención del servicio y hace que los clientes se pregunten y quieran conocer la actividad.

- **Logotipo**

Imagen 1 *Logotipo*



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Gráficamente el logotipo de la empresa representara confianza y responsabilidad del servicio, siendo agradable y llamativo a la vista de los clientes, atrayendo su atención.

- **Eslogan**

“Tus electrodomésticos también necesitan cuidado y amor”

- **Diferenciación**

La empresa Servicentro se diferenciará de las demás empresas de servicio de reparación de línea blanca brindando, rapidez y garantía en el trabajo en el sector comercial, además cuenta con el modelo digital para la contratación de membresías que consiste en el mantenimiento preventivo y correctivo de los electrodomésticos.

1.11 Estrategias de marketing

Precio

Su precio varía dependiendo el arreglo que toque hacer, pero la revisión para detectar la falla tiene un costo de \$10

Plaza

El servicio se brindará dentro de la Sierra, Costa y Oriente y generalmente en el Distrito Metropolitano de Quito.

Promoción

Las personas u organizaciones que adquieran una membresía podrán disfrutar de descuentos dentro del arreglo que se realice.

1.12 Publicidad que se realizará

Tabla 23 *Publicidad*

Objetivo: Conocer sobre todos los medios de publicidad para dar conocer el servicio y así obtener mayor rentabilidad.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	PROYECTOS ESTRATEGICOS	MEDIO PUBLICITARIO	PRESUPUESTO TIEMPO	RESPONSABLE	INDICADOR
Publicidad digital	Crear publicidad mediante las redes sociales	Innovación de Marketing digital	Facebook, Instagram, Tik Tok	\$200	Área de Marketing	Económico
Implementar promociones de descuento	Brindar descuento en los precios a personas que cumplan años o realización de sorteos	Promociones	Redes sociales, vallas publicitarias, volantes.	\$150	Área de Marketing	Económico

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

1.13 Canales de Distribución

La empresa Servicentro implementara una plataforma digital para llegar a todos los servicios de alojamiento y comida con resultados favorables.

- **Modelo de negocios digital del emprendimiento.**

Dentro de la plataforma se encontrará los diferentes modelos para que el cliente pueda tener una mejor experiencia al momento de contratar el servicio y tendrá la oportunidad de realizar la contratación de la membresía de manera directa.

Micro pagos- contenido fraccionado: Los micro pagos nacen en el entorno de internet y tiene que ver con los contenidos fraccionados y con el consumo por contenido, las oportunidades de transacción son muchas ya que los clientes o los diferentes técnicos tendrán la facilidad de cancelar un cierto valor por un manual donde se encuentren los diagramas de fallas que representa cada electrodoméstico.

Membresía: El ser miembro de un servicio, es una modalidad debido a que puede pertenecer a un grupo que en términos de intercambio esta membresía se realizara de manera anual, semestral, mensual, la que llevaría un pago por el servicio que solicite. En SERVICENTRO cualquier tipo de persona podrá adquirir una membresía en el caso de mantenimiento o reparación de electrodomésticos.

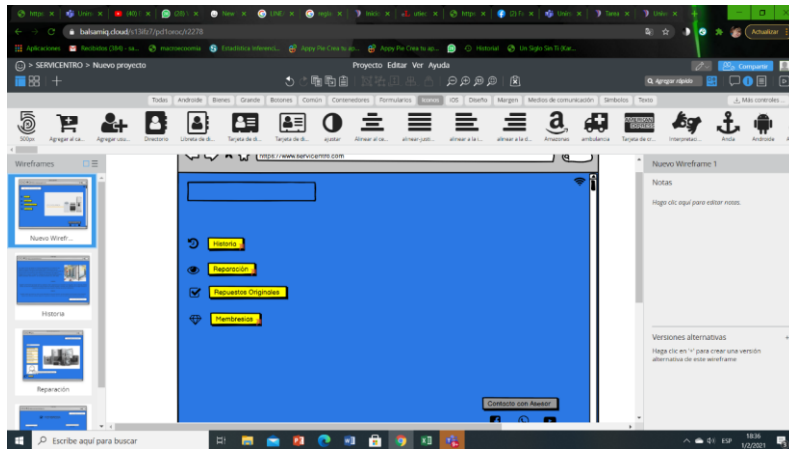
Venta Directa: Es la comercialización y venta de productos directamente a los consumidores, sin ningún tipo de intermediario o distribuidor. Esto será un implemento a futuro en el cual los clientes puedan realizar su compra de repuestos de manera directa con pago en tarjeta y el repuesto le llegue a la comodidad de su hogar o al lugar donde lo necesite en ese momento.

Fremium – Premiun: Este punto ayudará mucho a publicitar nuestra página ya que toda persona tendrá un acceso gratuito en el caso de manuales hasta una cierta parte pero si quiere tener todo el contenido tendrá que pagar un valor.

Imagen 2

Canales de Distribución

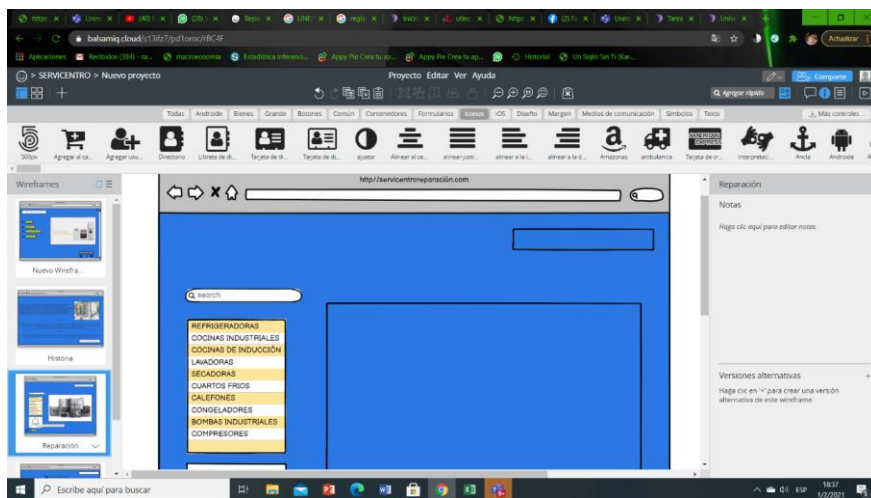
Fuente: Investigación propia



Elaborado por: El Autor

Imagen 3

Canales de Distribución



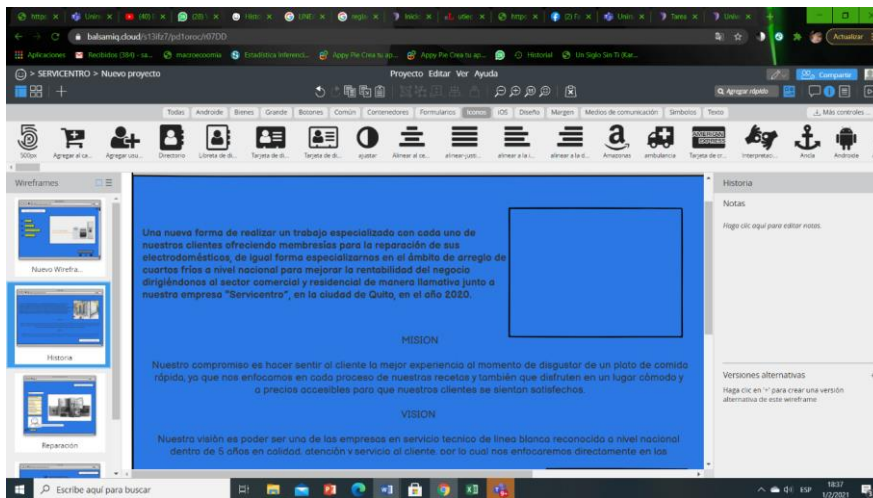
propia

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

Imagen 4

Canales de Distribución

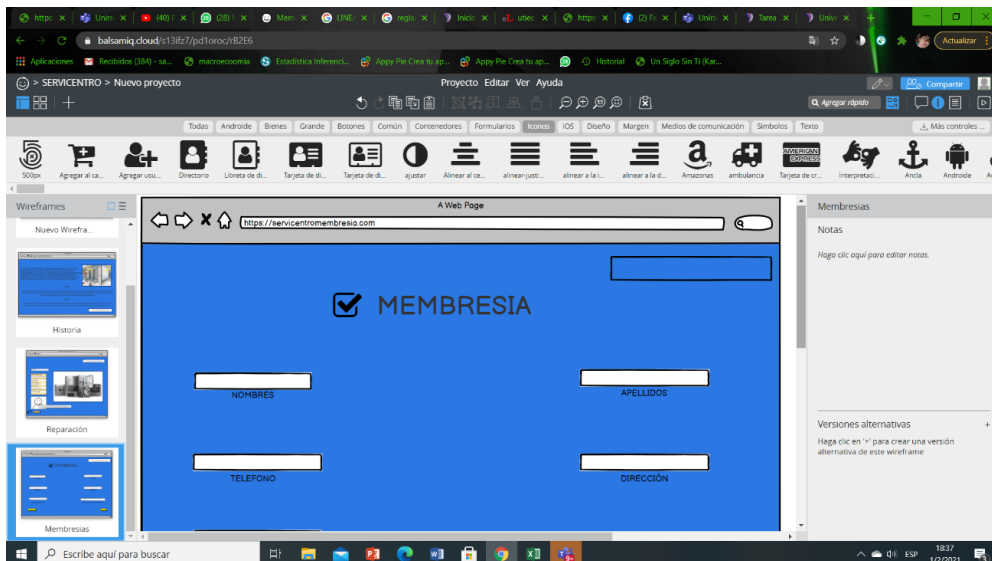


Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Imagen 5

Canales de Distribución



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

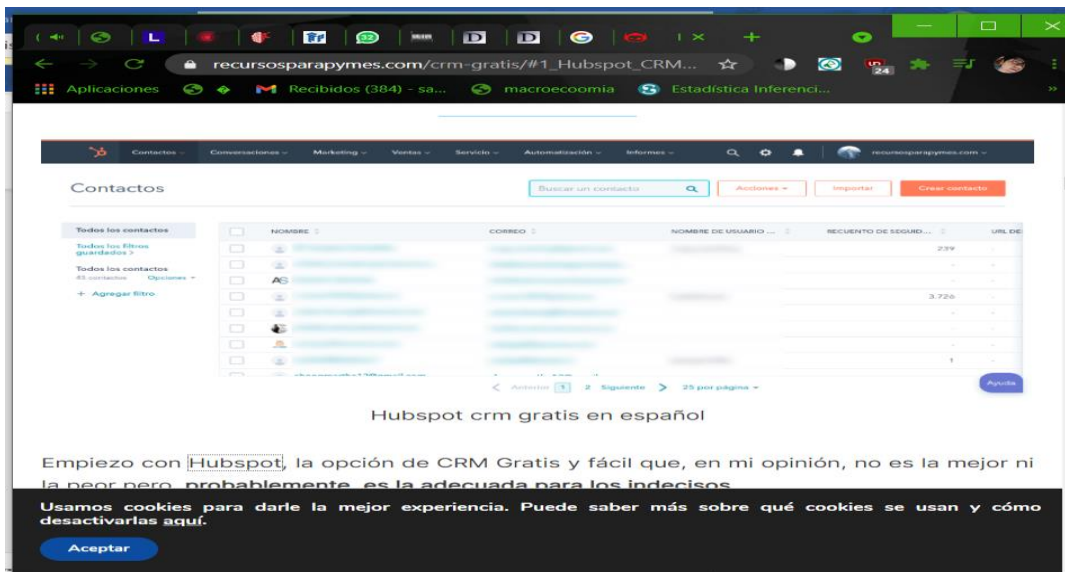
1.14 Seguimiento de Clientes

Para el seguimiento de clientes se utilizará herramientas tecnológicas que permita mantener una base activa para el seguimiento de los trabajos a realizar.

HubSpot CRM, la opción por defecto para quien no quiere complicarse

Imagen 6

Hubspot



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

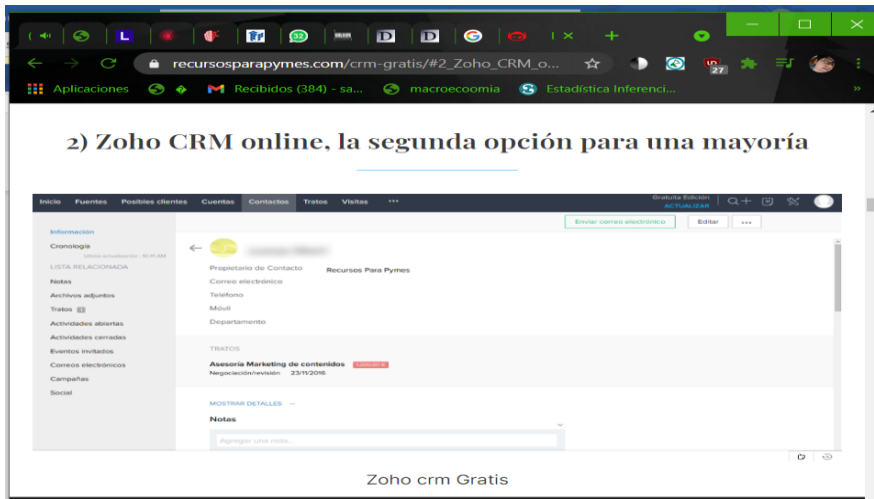
Su plan gratuito es generoso e incluye muchas características, como:

Contactos ilimitados, donde puede ver el historial de operaciones, agregar notas y programar tareas. Complemento para Google Chrome e integración con Gmail para programar correos electrónicos y usar CRM desde allí. Aplicación CRM para dispositivos móviles.

Zoho CRM online, la segunda opción para una mayoría

Imagen 7

Zoho



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

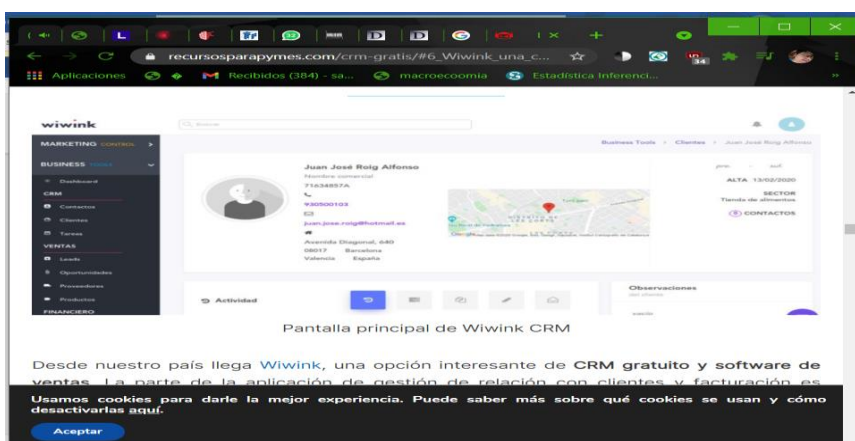
- ✓ Gestión de contactos, empresas, etc.
- ✓ Gestión de transacciones (esto es lo que ellos llaman oportunidad).
- ✓ Aplicación CRM móvil para iOS y Android.

Cómo nos llegan las perspectivas de gestión. Esto es muy interesante, ya que te permite ver qué funciona y qué no funciona en marketing en CRM.

Wiwink, una completa opción de CRM gratis con sabor español y módulos de marketing y ventas adicionales

Imagen 8

Wiwink



El CRM gratuito es muy generoso y ofrece posibilidades ilimitadas para incluir contactos, oportunidades, etc. La interfaz es moderna y fácil de usar. También tienen otros módulos de

software de control de marketing y ventas interesantes y gratuitos.

Tabla 24 *Seguimiento a clientes*

Objetivo: Generar mayor rentabilidad de la empresa Servicentro mediante un software, manteniendo actualizado a nuestros clientes sobre nuestras ofertas.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	PROYECTOS ESTRATEGICOS	PRESUPUESTO	TIEMPO	RESPONSABLE
Adquirir un CRM rentable que nos permita guardar toda la información de nuestros clientes para innovaciones dentro del área de marketing	Utilización de CRM	Generar una base de datos para generar publicidad y estrategias de marketing	\$250	Limitado	Área Administrativa y Financiera

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

1.15 Especificar mercados alternativos.

El mercado alternativo que utilizará la empresa Servicentro será la venta de repuestos originales de todas las marcas de electrodomésticos al igual que dirigirse a la zona residencial del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPITULO II

2 Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

Dentro del capítulo II se detallará la descripción y los métodos de cada proceso a realizar, el diseño, operación y control de sistemas para la manufactura y presentación del servicio.

2.2 Descripción del proceso


2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

El desarrollo del actual proyecto es una empresa que brinda servicios de reparación y mantenimiento de línea blanca en el mercado ecuatoriano, y brinda servicios de mantenimiento preventivo y correctivo para todo tipo de empresas del ramo comercial (servicios de alojamiento y restaurantes). Dentro de la asistencia brindada, se establecen servicios de mantenimiento preventivo y correctivo para optimizar y extender la durabilidad de los electrodomésticos. La empresa opera de acuerdo con el Manual de Ética y Responsabilidad, mantiene la integridad en todo momento y está vinculada al desarrollo de proyectos sobre la base de la excelencia. Es por esto por lo que Servicentro se gestiona en diversas disciplinas y organizaciones para perseguir la excelencia. Si bien proporciona un valor importante para las personas que necesitan mantener y reparar electrodomésticos, cuenta con profesionales altamente calificados.

La empresa busca un camino de progreso, felicidad y trabajo, y gana el reconocimiento y la lealtad de sus clientes. La empresa fomenta y cree que el avance tecnológico en un mundo en constante búsqueda de desarrollo le permitirá crecer de forma adaptativa y convertirse en la empresa insignia de los servicios integrados del mercado de Quito.

Además de ayudar en la reparación y mantenimiento de electrodomésticos, la empresa también brinda venta de repuestos. Se proporcionarán repuestos de línea blanca y equipos industriales, al tiempo que brindará a los usuarios la oportunidad de obtener repuestos de una manera más flexible y eficiente.

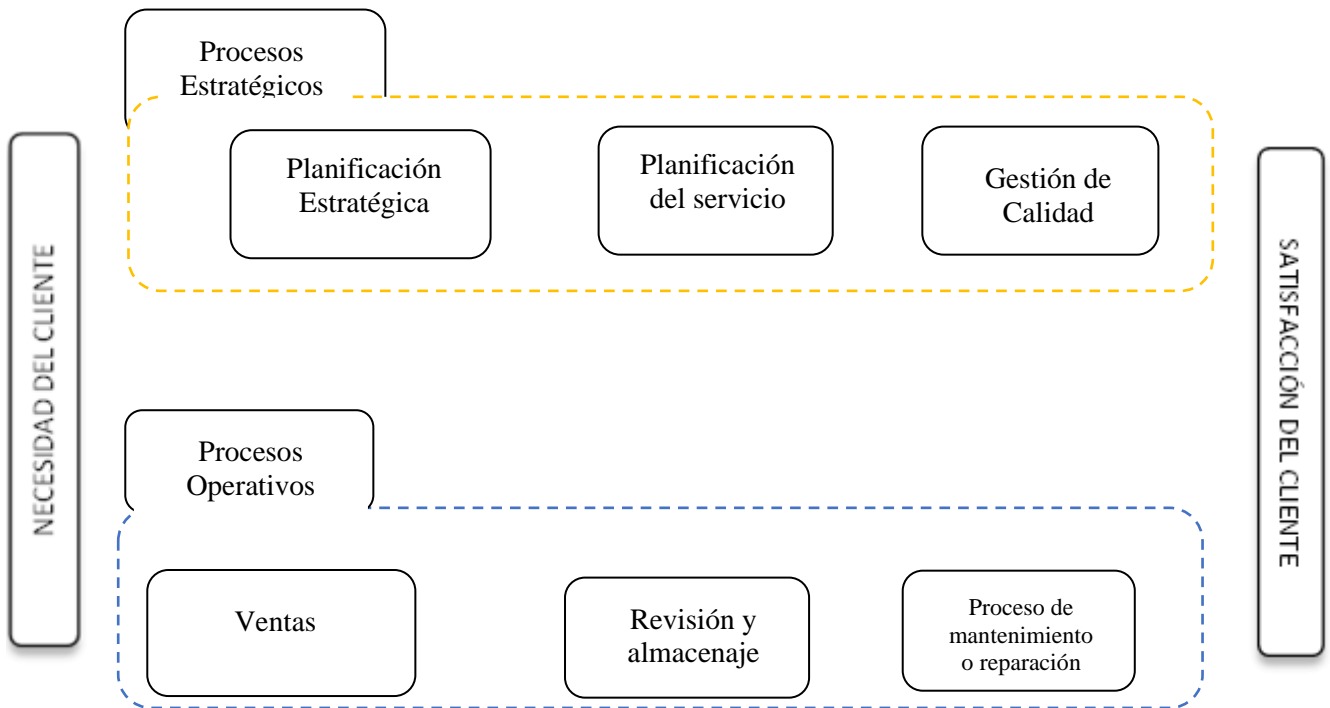
Tabla 25 Descripción del servicio

Análisis del servicio	Servicio	Características
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Página web • Contratación de membresías • Rapidez y garantía 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicentro contara con una página web para que los clientes tengan una atención personaliza y rápida. • La membresía contara con diferentes tiempos y precios para que los clientes puedan realizar el mantenimiento de sus equipos. • Al momento de realizar la reparación o mantenimiento se deberá realizar en el mejor tiempo posible para la satisfacción del cliente
Propiedades	Logo	<ul style="list-style-type: none"> • El logo es de manera entendible con un símbolo de una cruz que nos indica atención y bienestar para sus electrodomésticos. • La atención será personalizada por lo tanto el servicio se brindará a domicilio y dentro de cada organización.
Reparación		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

2.3 Mapa de Procesos



Fuente: Investigación propia








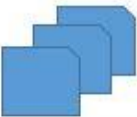

Elaborado por: El Autor

2.4 Flujograma

“Se llama diagrama de flujo, se usa para mostrar el proceso o sistema paso a paso, se usa en muchos campos, ya sea para planificar, registrar, mejorar. Estos utilizan una serie de símbolos para representar cada paso realizado, algunos de los diagramas más comunes son diagramas de sistemas, datos y documentos, pero para poder elaborarlos es necesario seguir varios pasos exactamente. A través de ellos, puede resolver varios problemas en el proceso de la organización. Es un gráfico diagramático que se emplea para indicar el orden en el que se deben llevar a cabo las instrucciones para lograr solucionar determinado problema” (Zapata, 2005).

Gráfico 15

Simbología de Flujograma

SIMBOLO	SIGNIFICADO
	Operación: Se usa para describir cualquier actividad. En el interior del rectángulo se escribe una breve descripción de la actividad.
	Límites del Proceso: Indica el inicio y el final de un proceso. En el interior del eclipse aparece la palabra inicio o fin.
	Punto de Decisión: Denota que en ese punto se toma una decisión. Los outputs salidas del diamante, son siempre dos y del tipo SI / No.
	Movimiento: Muestra el movimiento de un output entre distintos puntos de la organización.
	Conector: Señala que el output de ese proceso puede ser el input de otro (la letra indica el proceso de entrada)
	Dirección del flujo: Denota la dirección y el orden de los pasos del proceso
	Documento: Documento/registro.
	Listados: Listados / notas de trabajo acumulado, información referente a la actividad.
	Base de datos: Punto de archivo donde se retiene temporalmente la información, en espera que se cumplan otras condiciones para continuar el proceso. Puede llevar asociada una tarea de administración de almacenamiento.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota: Imagen obtenida del Artículo Conversión de diagramas de procesos

2.5 Diagrama de Flujo del Servicio

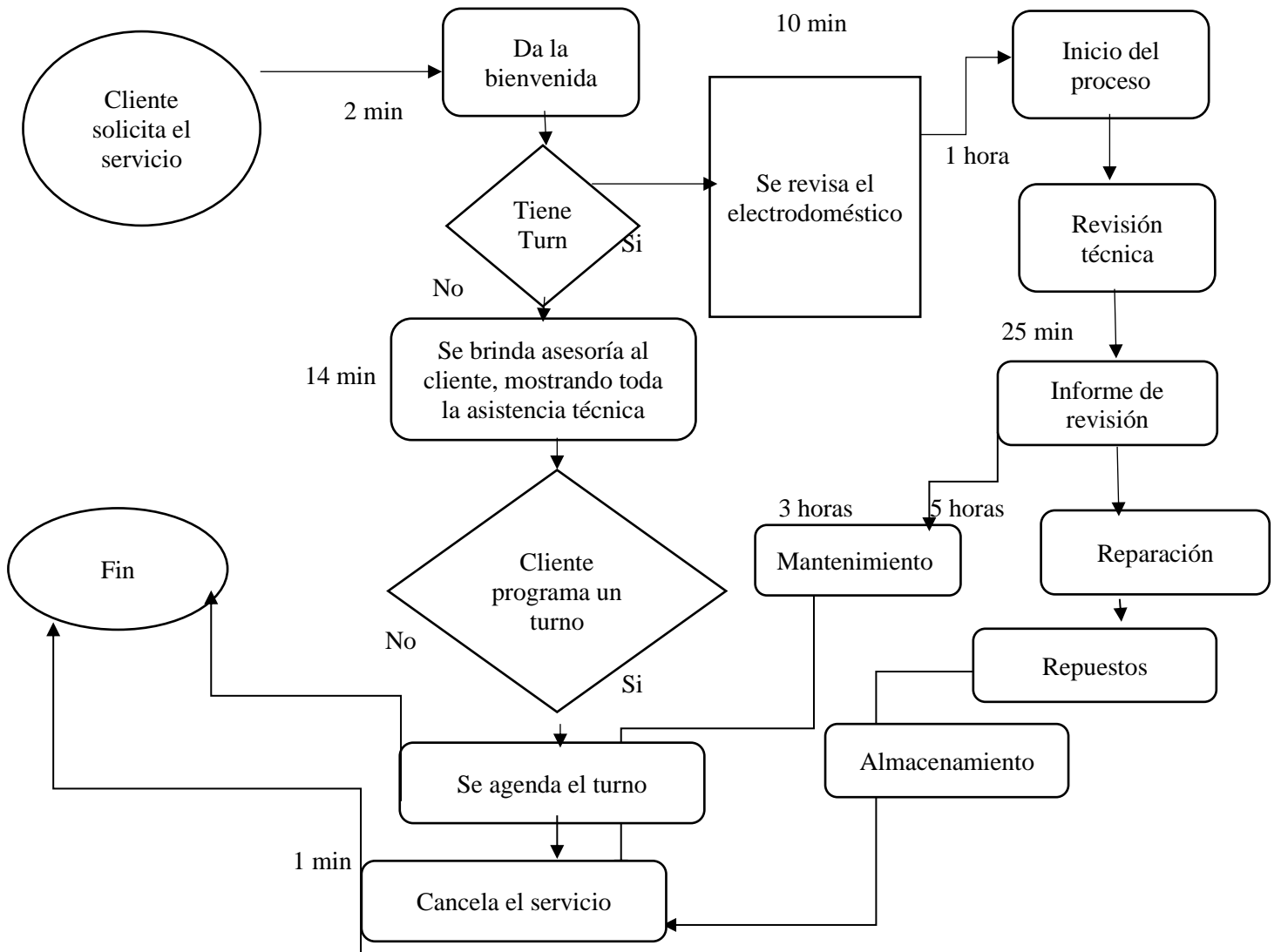
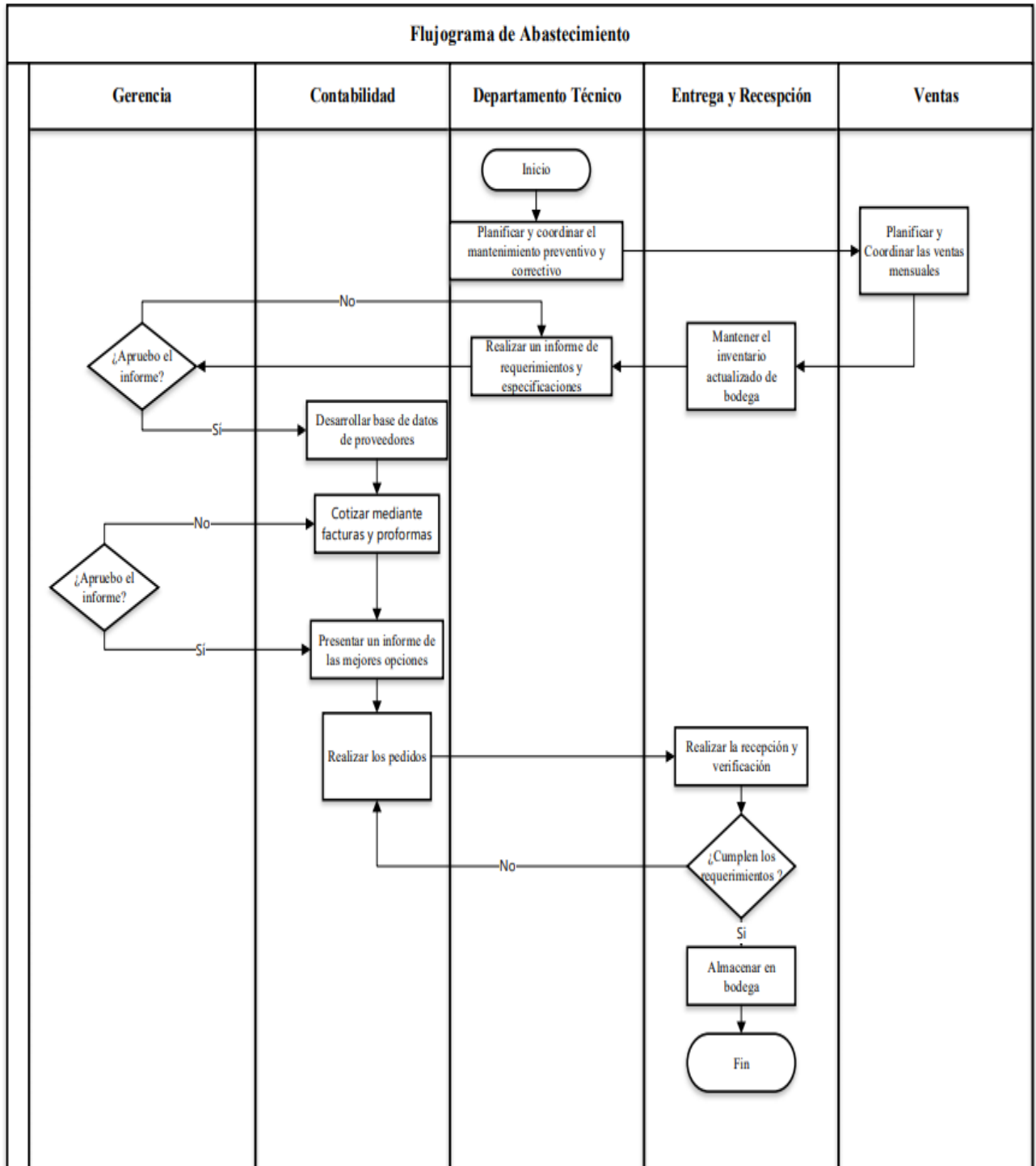


Gráfico 16

Diagrama de Flujo de Abastecimiento



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Diagrama de Recorrido

Tabla 26 Diagrama de Recorrido

Diagrama no. 1			Resumen				
Servicio: Reparación y Mantenimiento de Línea Blanca			Actividad	N°	Actual	Propuesto	Diferencia
Actividad: Ajuste de guías			Operación	○ 5	77 min	77 min	0
			Inspección	□ 1	1 min	1 min	0
Método: actual / propuesto			Espera	D 2	8 min	8 min	0
			Transporte	⇒ 2	4 min	4 min	0
			Almacenamiento	▽ 0	0 min	0 min	0
			Observaciones:				

DESCRIPCIÓN	Distancia(m)	Tiempo(min)	Actividad					Observaciones
			○	□	D	⇒	▽	
Cliente solicita el servicio	-	10	●					El cliente llama a la empresa o se acerca a ella
Se da el recibimiento	-	1	●					Se da el recibimiento
Se otorga información sobre los beneficios de los servicios	-	5	●					Se resume al cliente las prestaciones del servicio
Cliente espera su turno	-	3			●			La persona tiende a esperar el tiempo al que fue asignado su turno
Se acoge el electrodoméstico o se realiza el trabajo a domicilio	-	2				●		Se recepta el electrodoméstico y se envía a departamento de operaciones
Indica el proceso	-	1	●					Se le inicia el proceso
Revisión Técnica	-	1		●				Se realiza una revisión técnica del producto
Informe de Revisión	-	60	●					Se detalla un informe de revisión para determinar reparación o mantenimiento
Almacenamiento							●	Una vez atendida la solicitud se envía el producto al departamento de almacenamiento
Finalización	-	5			●			Finaliza el proceso y se informa al cliente
Cancelación del servicio	-	2					●	Se lleva al cliente al departamento de facturas para que ejecute el pago
TOTAL	-	90	5	1	2	2	0	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 27 *Tamaño del Proyecto*

Tamaño del Proyecto

Minutos(min) 380

120 minutos * 8horas 960

Servicios realizados por día 5

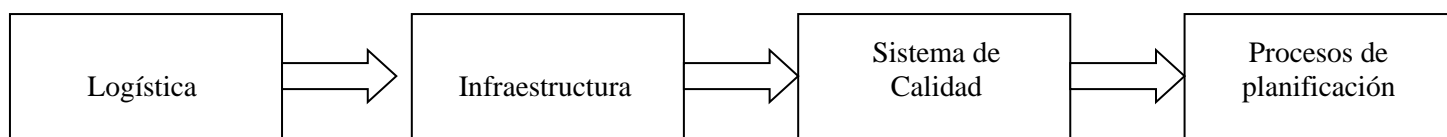
Semanas 52 semanas

Año 10,800

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Gráfico 17 *Cuello de Botella*



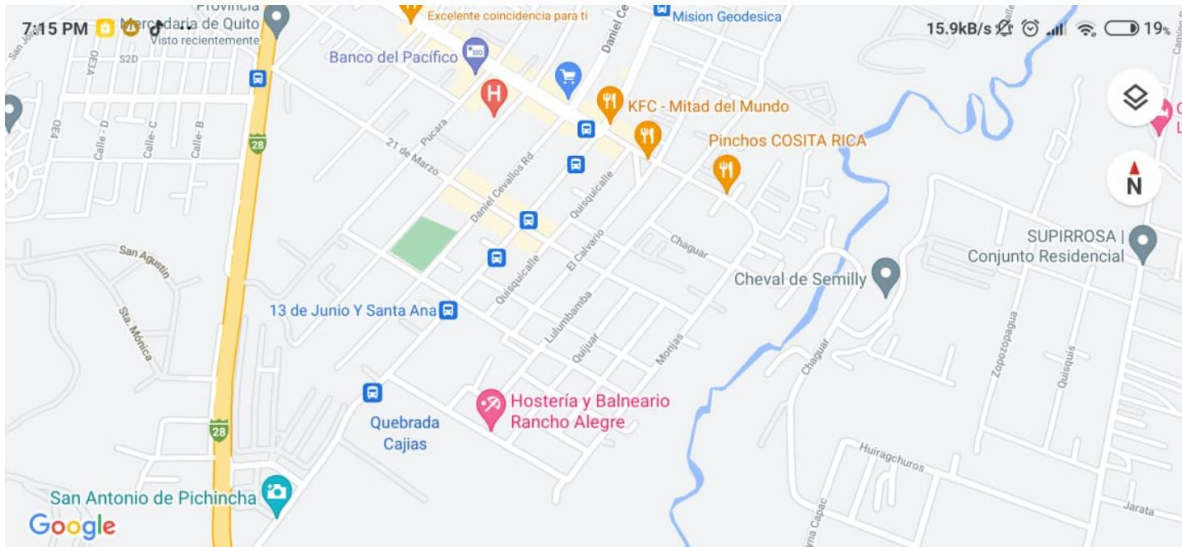
2.6 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Localización

La empresa estará ubicada en la provincia de Pichincha en el sector de la Mitad del Mundo en la calle 13 de Junio y Santa Ana donde se efectuará el proceso del servicio, será ofertado a través de una página web que permita la expansión del servicio.

Imagen 9

Localización

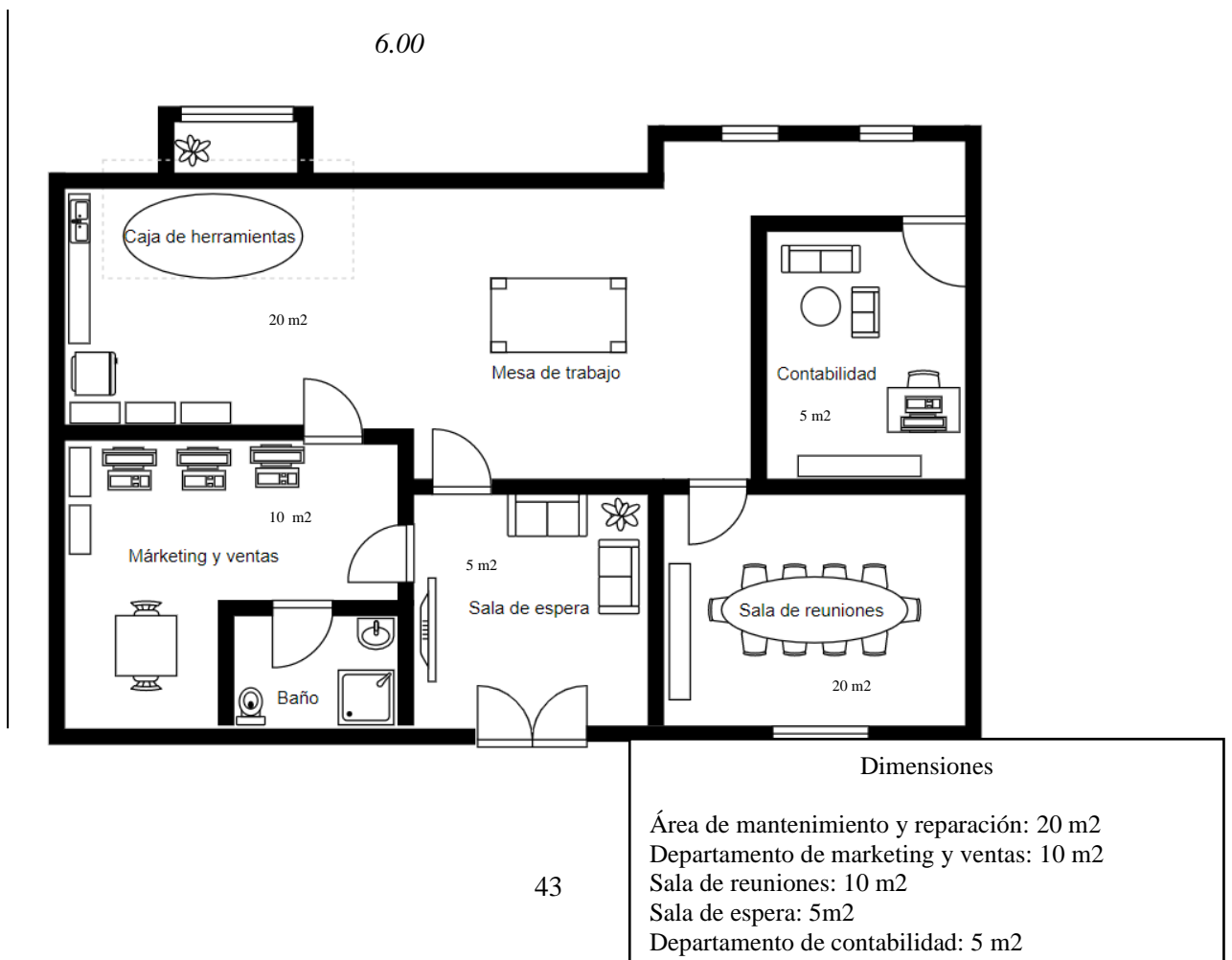


Fuente: Google Maps

Elaborado por: El Autor

Gráfico 18

Instalaciones



Como se mencionó anteriormente, la empresa proporcionará infraestructura suficiente para cada actividad para que se pueda realizar fácilmente. La oficina se adecuará a las necesidades de búsqueda del buen funcionamiento de la empresa, habrá un área dedicada a la atención de los usuarios, así como un área para el departamento operativo, y un área destinada al departamento de marketing y ventas.

Descripción de equipos y material.

Se detallan los requerimientos en cuanto a equipos, materiales de la organización para ofrecer servicios de reparación y mantenimiento de electrodomésticos.

Tabla 28 *Descripción de Equipos*

Actividad (etapa de producción)	Equipo	Características
Revisión Técnica	Multímetro.	Medición de magnitudes eléctricas
	Osciloscopio.	Instrumento para medición de energía de motores.
	Termómetro.	Medición de temperaturas de equipos de refrigeración.
Informe de Revisión	Computador	Equipo para el registro de clientes y trabajos realizados.
Reparación	Destornilladores aislados e imantados.	Herramientas metálicas que permitirán la reparación del electrodoméstico.
	Cortadoras de cable.	
	Materiales varios	
Mantenimiento	Materiales varios	Instrumentos que permitirán un mantenimiento correctivo y preventivo del electrodoméstico.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 29 *Proceso de elaboración*

Actividad	Tiempo (por actividad)	No. Personas	Horas- hombre
Revisión Técnica	1 hora	1	8h
Informe de Revisión	25 min	1	8h
Reparación	4 horas	1	8h
Mantenimiento	3 horas	1	8h

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

2.6.1 Tecnología a aplicar

Se buscará desarrollar una aplicación móvil como aplicación tecnológica para brindar e informar a los clientes de los servicios prestados, de manera que se pueda ahorrar tiempo y los clientes puedan transformarse de una manera más efectiva. Rápido, además de esto, dependiendo de la complejidad del trabajo, se brindará la opción de retirar equipos del sitio o mantenimiento rápido.

La aplicación para la gestión de proyectos se ejecutará mediante un cronograma personalizado, permitiendo a los usuarios obtener información de forma sencilla y accesible, y se agregarán notificaciones para que los clientes sepan cómo se ejecuta el proceso y cómo se ejecutan las fases. Para que sepan lo que se está haciendo.

2.2.4 Factores que afectan las operaciones

Entre algunos de los factores que se presentan en el desarrollo y funcionamiento tenemos los siguientes

Experiencia

“La experiencia permite resolver problemas o superar un desafío en menos tiempo, pero por encima de todo, evita problemas futuros. Y hay errores por inexperiencia que pueden salir demasiado costosos, algo de lo que debe hacer consciente a su cliente al momento de tomar la decisión” (Gomez, 2013).

Financiamiento

“La financiación corresponde entonces a la obtención de dinero que puede ser destinado, por ejemplo, al presupuesto de una obra o proyecto. Igualmente, puede servir para pagar a proveedores o empleados” (Westreicher, Economipedia, 2020).

Entorno legal

“El entorno empresarial es el conjunto de factores que influyen en la actividad de una compañía. Pueden tener un origen interno o externo y son de distinta naturaleza” (Westreicher, Economipedia , 2020).

Condiciones del mercado

Nos da a conocer la oferta y la demanda que existe en un sector, además permite analizar al consumidor especificando sus preferencias.

Entorno económico

“La estabilidad económica, la crisis, son factores que influyen sobre el comportamiento del consumidor haciendo que el entorno económico sea un factor que llegue afectar el crecimiento de una empresa” (Cordero, 2011).

2.7 Capacidad de Producción

2.7.1 Capacidad de Producción Futura.

La identificación de la capacidad futura del servicio, se considera que al día se obtendrá 5 servicios de mantenimiento y reparación, cubriendo las 8 horas diarias de trabajo, y en función de los requerimientos se estima que mensual se cubra 100 diagnósticos en sus 160 horas trabajadas.

Tabla 30 *Capacidad de producción*

DETALLE	DIARIO	MENSUAL
NO. DE REPARACIONES	5	100
NO. DE HORAS	8	160
PVP	\$41	\$41
VALOR TOTAL	205	4100
VALOR ANUAL		49.200

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

2.8 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

2.8.1 2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

Tabla 31 *Materiales y Equipos*

Materiales y Equipos	Sustituto	Grado de Sustitución	de Proveedores
----------------------	-----------	----------------------	----------------

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Multímetro. ✓ Osciloscopio. 	Tester eléctrico	Baja	Proveedores de insumos eléctricos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Computador 	Registro manual	Media	Proveedores de insumos tecnológicos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Caja de Herramientas ✓ Juego de Destornilladores. ✓ Termómetro. ✓ Juego de rachas 108 piezas ✓ Sopladora. ✓ Juegos de Llaves Inglesas Boca de Corona. ✓ Soldadura Autógena. ✓ Casco de soldadura 	Equipo de mecánica	Baja	Casa Ferretera

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

2.9 Calidad

2.9.1 Método de Control de Calidad.

Para medir y mantener el control dentro del sistema de calidad, se implementará una encuesta de satisfacción, la cual se caracteriza por su fácil manejo, muy dinámica, y no requiere que los usuarios hagan demasiado esfuerzo, para asegurar que los usuarios las

completan y registren, con el fin de obtener la mayor cantidad de datos para poder Tabular e investigar los indicadores. La encuesta se realizará en línea y será de opción múltiple.

Tabla 32 *CheckList*

Lista de Chequeo Control de Calidad

FECHA

INSPECTOR:		
PROCEDIMIENTOS	Cumplimiento (SI/NO)	Evidencias /Observaciones
¿Los procedimientos usados son correctos?		
Se realiza el informe de revisión		
Se encuentran identificados todos los equipos de seguimiento y de medición		
Materiales	Cumplimiento (SI/NO)	Evidencias /Observaciones
Se revisan los equipos antes de usarlos		
Se mantiene limpia el área de trabajo		
Se utiliza los implementos de seguridad		
Los equipos se encuentran identificados		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Imagen 10

Encuesta Control de Calidad

OVERALL IMPRESSIONS	EXCELLENT	GOOD	FAIR	POOR
Overall service received	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overall condition of this space	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Helpfulness of host	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quality of location	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 33 Encuesta de Satisfacción

TU OPINION ES IMPORTANTE

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN				
INDICADOR	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Satisfecho	Nada Satisfecho
Que tan satisfecho se encuentra con Servicentro en general.				
Que probabilidad usted recomendaría el servicio.				
Cual sería la calificación para el servicio prestado.				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 34 Lista de Control

LISTA DE CONTROL

PROBLEMA: DEMORA EN LA EJECUCIÓN DEL PROCESO

PROCESO: REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LÍNEA BLANCA

RESPONSABLES: DPTO. DE SERVICIO TÉCNICO

PERÍODO:

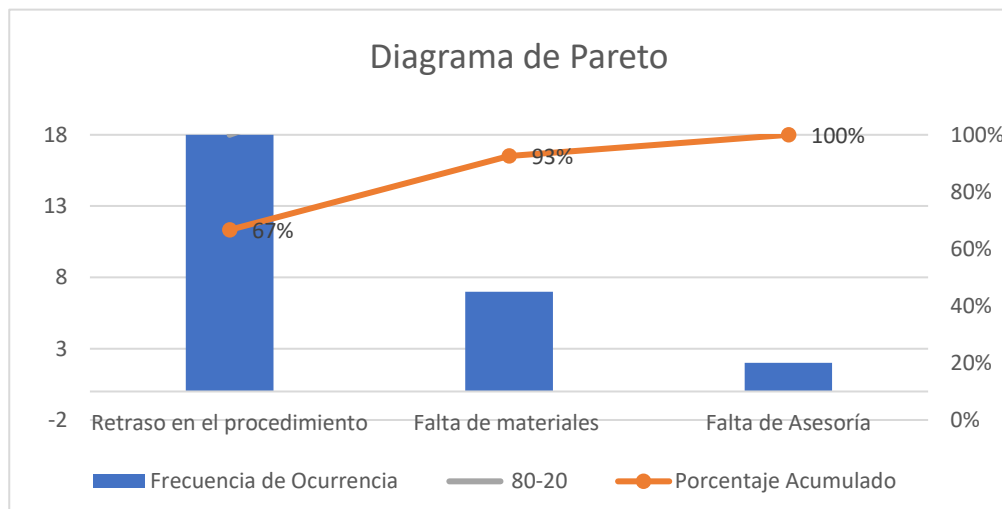
Defectos	Frecuencia de Ocurrencia	Porcentaje Acumulado	80-20
Retraso en el procedimiento	18	67%	18 80%
Falta de materiales	7	93%	25 80%
Falta de asesoría	2	100%	27 80%
Total	27		80%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Gráfico 19

Diagrama de Pareto



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

2.10 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

2.10.1 Seguridad e higiene ocupacional

En el reglamento interno de la empresa para proteger la salud de socios y usuarios, estos serán:

Portar en todo momento la credencial necesaria para identificar al colaborador de la empresa.

- Al iniciar con sus actividades, verificar el uso correcto del equipo de trabajo y seguridad.
- Planificar las actividades que se deben cumplir durante la jornada para identificar las herramientas que se deben utilizar.
- Evitar realizar sus actividades bajo los efectos de sustancias que afecten su correcta coordinación, pudiendo ocasionar un accidente laboral.
- No usar elementos como relojes, anillos, pulseras y cadenas durante la ejecución de sus actividades. Ya que podrían ocasionar alguna lesión durante las actividades.
- Durante la jornada laboral evitar utilizar aparatos tecnológicos que disminuyen la atención durante la ejecución de sus actividades (López, 2010).

Personal Operativo

Revise cuidadosamente su equipo de trabajo y herramientas antes de comenzar una actividad notificando la existencia de cualquier anomalía que encuentre en el equipo y/o herramientas.

- Si existe confusión en el uso de una nueva herramienta, solicite ayuda e información al jefe inmediato.
- No opere ningún equipo o máquina sin previa autorización.
- Camine con cuidado, evite correr.
- Durante un siniestro o evento fortuito, mantenga la calma y siga las señaléticas ubicadas dentro de la empresa.
- Informe todo accidente laboral por mínimo que este sea a su jefe inmediato.

- Está prohibido fumar en áreas restringidas dentro de la empresa, se habilitará lugares y horarios definidos para ello.
- Deposite los desechos en los recipientes destinados a esta acción, evitando generar peligros para sus compañeros de trabajo.
- Mantener el lugar de trabajo en correcto orden, cuidado y limpio. Resguardando la seguridad personal y el del todo personal.
- Cuando se haga uso de una conexión eléctrica, verifique que la conexión y el elemento de conexión se mantienen en buen estado.
- Entregue personalmente las herramientas o materiales que se le soliciten precautelando los materiales y seguridad de sus compañeros.
- En caso de incendio o desastre natural, siga las instrucciones dadas por el personal encargado de manejar la emergencia y notifique simultáneamente lo sucedido a la línea única de atención de emergencias (López, 2010).

CAPITULO III

3 Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Verificar el estudio de la gestión estratégica y la organización funcional de la empresa Servicentro con la objetividad de dar a conocer la estructura interna y la funcionalidad de sus metas.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1 Visión de la Empresa

Ser una de las organizaciones líder en servicio técnico de línea blanca reconocida a nivel nacional dentro de 5 años en calidad, atención y servicio al cliente, por lo cual nos enfocaremos directamente en las necesidades de los clientes y la factibilidad de reparación de sus equipos.

3.2.2 Misión de la Empresa

Somos una organización comprometida en atender soluciones de forma inmediata al cliente, contando con personal capacitado para brindar la mejor experiencia al momento de contratar el servicio técnico, ya que nos enfocamos en cada proceso del trabajo implementando una plataforma digital con todos los estándares de calidad con la finalidad de generar mayor confianza al momento de adquirir el servicio y de esta manera nuestros clientes se sientan satisfechos.

3.2.3 Objetivos y estrategias

Matriz FODA

La estructura FODA permite que la empresa Servicentro identifique la situación interna y externa del sector.

Tabla 35 FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada. • Una amplia gama de servicios. Profesionales capacitados. • Cultura financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa Inversión • Desconocimiento del entorno digital • No contar con el área de Talento humano • Tamaño empresarial reducido
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Buena relación con proveedores • Transformación digital • Apertura de nuevos mercados • Innovación en los servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Cambio de leyes • Desarrollo de productos • Crisis económica

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Análisis: La herramienta FODA otorga a Servicentro nuevas oportunidades de mejora frente a la competencia identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas recolectando toda la información necesaria.

Matriz EFE

La matriz es una herramienta de diagnóstico que permite realizar investigaciones de campo, permitiendo identificar y evaluar diferentes factores externos que pueden afectar el crecimiento y expansión de la marca. Dentro de la herramienta, se desarrollará diversas estrategias para aprovechar oportunidades y minimizar riesgos externos.

Tabla 36 Matriz EFE

MATRIZ EFE

FACTOR INTERNO CLAVE	Peso Relativo	Clasificación Evaluación	Valor Ponderado	Subtotal
OPORTUNIDADES				
BUENA RELACIÓN CON PROVEEDORES	15%	3	0,45	

TRANSFORMACIÓN DIGITAL	12%	4	0,48	
APERTURA DE NUEVOS MERCADOS	15%	4	0,6	
INNOVACIÓN EN LOS SERVICIOS	10%	4	0,4	1,53
AMENAZAS				
COMPETENCIA	13%	3	0,39	
PERDIDA DE MERCADO	10%	2	0,2	
PERDIDA DE PERSONAL	10%	2	0,2	
CRISIS ECONÓMICA	15%	2	0,3	0,79
TOTAL	100%		3,02	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Análisis: La matriz EFE permitirá a Servicentro formar nuevas oportunidades de mejora frente a la competencia identificando sus oportunidades y amenazas aumentando la probabilidad de alcanzar sus objetivos y lograr una rentabilidad de la organización.

Matriz EFI

En marketing, negocios o cualquier otro departamento de la empresa se decide qué estrategias seguir, significan conocimiento general de la situación actual. Ya sea antes de ejecutar el proyecto o determinar la próxima estrategia para aumentar las ventas, debe comprender las fortalezas y debilidades. Es por ello que es necesario realizar una matriz de evaluación de factores internos antes de tomar decisiones importantes para la empresa.

Tabla 37 *Matriz EFI*

MATRIZ EFI

FACTOR INTERNOS CLAVE	Peso Relativo	Clasificación Evaluación	Valor Ponderado	Subtotal
FORTALEZAS				
ATENCIÓN PERSONALIZADA	15%	3	0,45	
AMPLIA OFERTA DE SERVICIO	15%	4	0,6	
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	15%	4	0,6	
CULTURA FINANCIERA	10%	4	0,4	1,65

DEBILIDADES				
ESCAZA INVERSIÓN	15%	3	0,45	
DESCONOCIMIENTO DEL ENTORNO DIGITAL	10%	2	0,4	
TALENTO HUMANO	10%	2	0,4	
TAMAÑO EMPRESARIAL REDUCIDO	10%	4	0,4	1,25
TOTAL	100%		3,7	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Análisis: La matriz EFI permitirá a Servicentro obtener información real sobre la situación de la marca en su totalidad o área específica y hemos obtenido un resultado mayor a 2.5 quiere decir que es fuerte y debemos trabajar en las áreas con mayor valor ponderado.

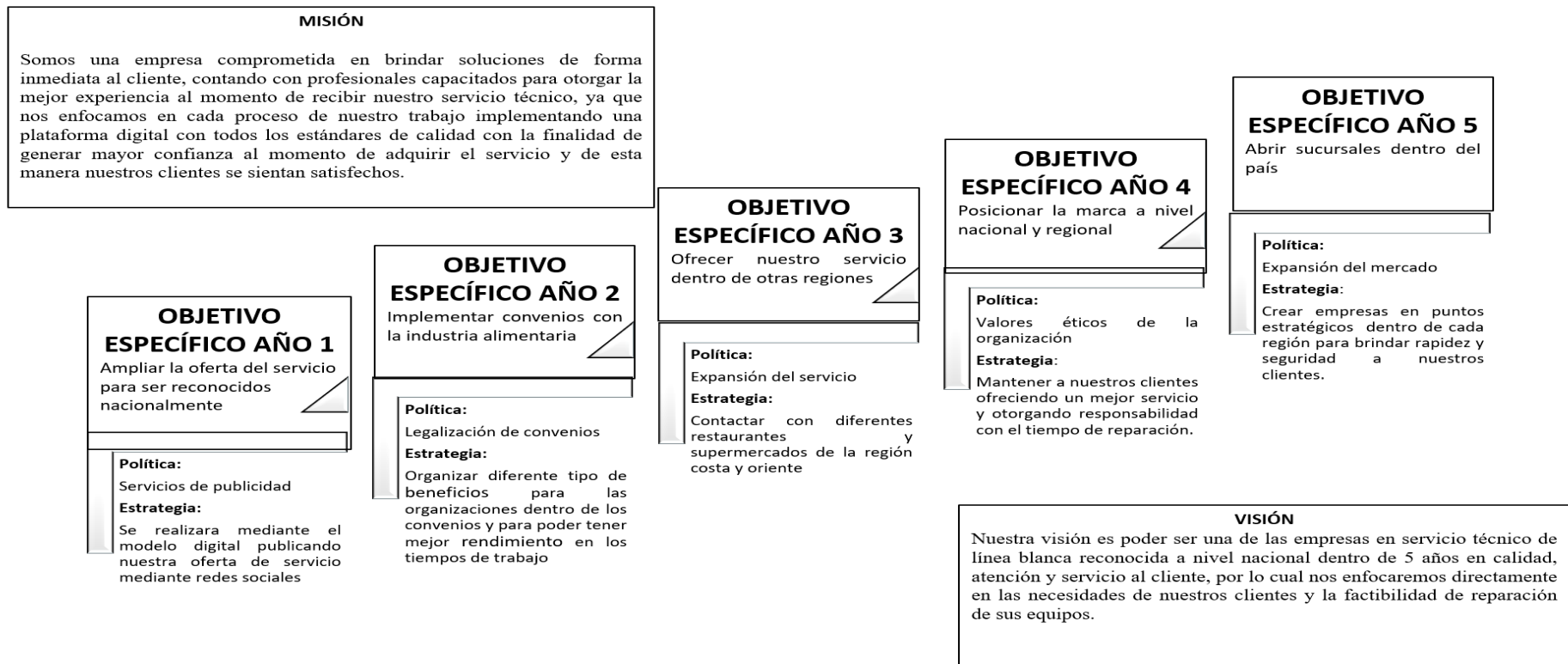


Gráfico 20

Misión y Visión

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

3.3 Organización Funcional de la Empresa

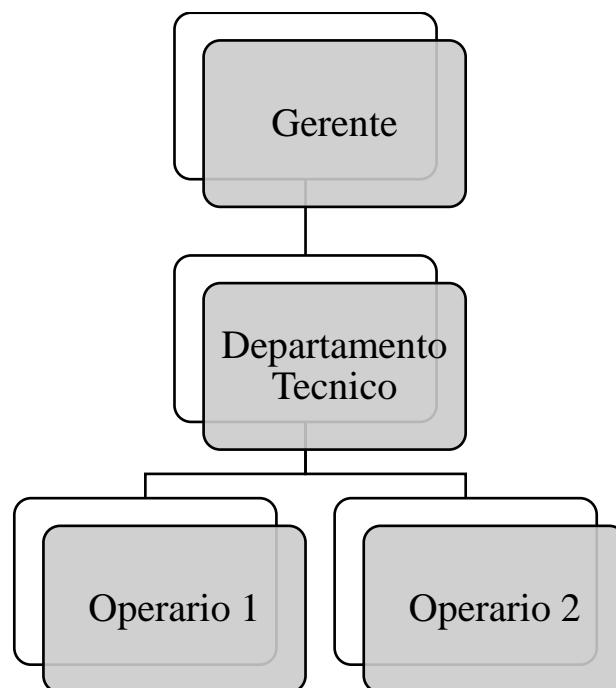
3.3.1 Organización Interna

“Dentro de toda organización, aunque sea pequeña, existen funciones que se deben realizar. Aunque muchas funciones pueden ser realizadas por la misma persona, es necesario diferenciar las distintas funciones que se cumplen dentro de una empresa” (Punina, 2019).

EMPRESA “SERVICENTRO” Organigrama Estructural

Gráfico 21

Organigrama Estructural



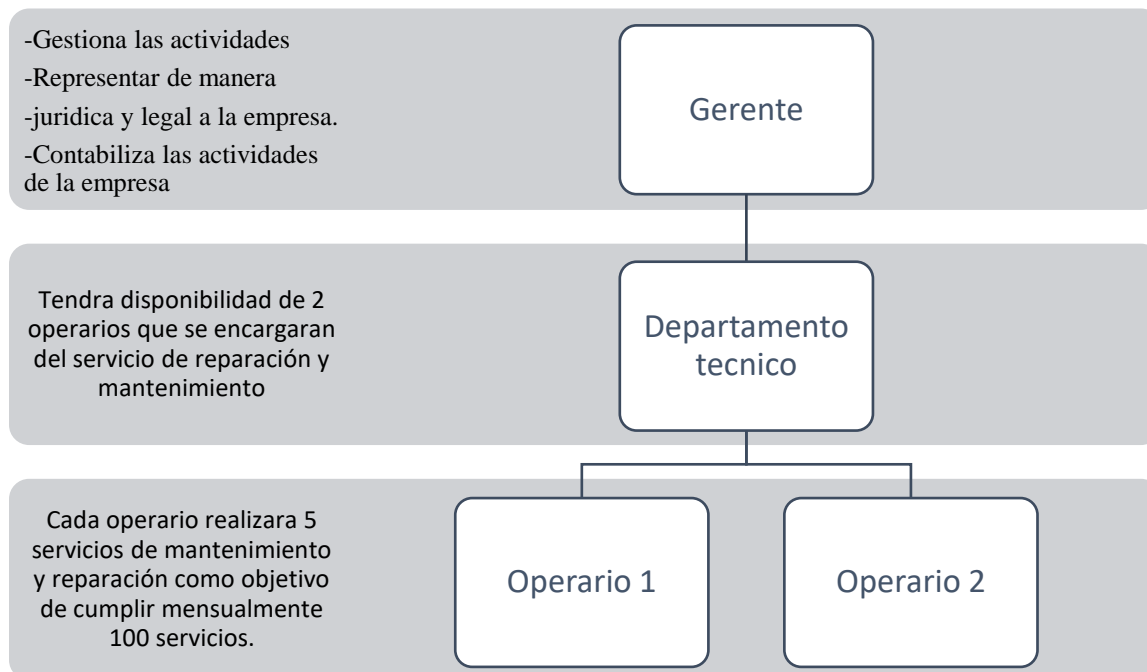
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

EMPRESA “SERVICENTRO”

Organigrama Funcional

Gráfico 22

Organigrama Funcional



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

3.3.2 Descripción de puestos.

Tabla 38 Puesto

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Gerencia
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a	Operarios

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Programar, organizar y ejecutar procesos de administración del Talento Humano y sus respectivos subsistemas de dirección y gestión y de las relaciones laborales, concernientes a los empleados y trabajadores, conforme a las leyes y reglamentos correspondientes

III FUNCIONES

- Revisa, controla y efectúa los trámites para la formulación de contratos y convenios de pago, verificando el cumplimiento de las leyes correspondientes
- Participa en los diferentes estudios, análisis y conformación de nuevos procesos y procedimientos de gestión técnica.
- Realiza diagnósticos de recursos humanos, funcionamiento de la estructura organizacional y de la planificación estratégica interna.
- Efectúa estudios, informes y recomendaciones sobre diferentes procesos de gestión del talento humano.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título de Tercer Nivel

Experiencia de 2 años en el sector de línea blanca

Habilidades en Recursos Humanos, Administración, Procesos, Psicología Industrial, Marketing Digital.

Formación Licenciado en Administración de empresas.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Técnico en línea blanca
--------	-------------------------

Jefe inmediato superior	Gerente General
-------------------------	-----------------

Supervisa a	Ninguna persona
-------------	-----------------

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Diagnosticar los equipos de los diferentes supermercados y restaurantes ofreciendo rapidez, garantía y seguridad en el trabajo realizado.

III FUNCIONES

- Mantener el inventario de herramientas organizado
 - Brindar las hojas de registro de cada revisión técnica
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional

Experiencia de 2 años en el sector de línea blanca

Habilidades en Reparación y Mantenimiento de línea blanca, Procesos, en el sector industrial

Formación Técnico especializado en línea blanca y sector industrial

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Técnico en línea blanca
--------	-------------------------

Jefe inmediato superior	Gerente General
-------------------------	-----------------

Supervisa a	Ninguna persona
-------------	-----------------

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Diagnosticar los equipos de los diferentes supermercados y restaurantes ofreciendo rapidez, garantía y seguridad en el trabajo realizado.

III FUNCIONES

-
- Mantener el inventario de herramientas organizado
 - Brindar las hojas de registro de cada revisión técnica
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional

Experiencia de 2 años en el sector de línea blanca

Habilidades en Reparación y Mantenimiento de línea blanca, Procesos, en el sector industrial

Formación Técnico especializado en línea blanca y sector industrial

3.4 Control de Gestión

3.4.1 Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión son aquellos a través de los cuales el empresario puede medir cuantitativamente el cumplimiento de los objetivos. Por ejemplo: Aumento en las Ventas Mensuales, Numero de Personas trabajando, etc.

Tabla 39 *Indicadores de Gestión*

NO.	ÁREA	NOMBRE DEL INDICADOR	FORMULA DEL INDICADOR	FRECUENCIA	2021
1	Gerencia	Capacitación de trabajadores	$(\text{Horas ejecutadas} / \text{Horas planificadas}) \times 100$	Trimestral	95%
		Cumplimiento de actividades gerenciales	$\text{Número de actividades ejecutadas} / \text{Número de actividades planificadas}$	Mensual	95%
2	Departamento Técnico	Porcentaje de producto reparados	$(\text{Número de productos reparados} / \text{Número de productos defectuosos}) \times 100$	Mensual	95%

Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: El autor

3.5 Necesidades De Personal

Especificar el personal necesario hasta el horizonte de duración del negocio planteado (5 o más años), incluir el cuadro de necesidades de personal.

Tabla 40 Necesidad de personal

AÑOS	GERENTE GENERAL	TECNICO EN LINEA BLANCA	TECNICO EN LINEA BLANCA	TIPO DE CONTRATO	HORAS DE TRABAJO
2021	1	1	1	Definido	8
2022	1	1	1	Definido	8
2023	1	1	1	Definido	8
2024	1	1	1	Definido	8
2025	1	1	1	Definido	8

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

CAPITULO IV

4 Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

Identificar la constitución jurídica, legal y sus respectivos permisos municipales para el funcionamiento de la organización de servicios Servicentro en la ciudad de Quito.

4.2 Determinación de la forma jurídica

“La empresa será determinada como tipo de sociedad mercantil mediante un trámite simplificado para fomentar la formalización y desarrollo de empresas. Conformada por un único propietario, esto quiere decir que toda persona natural con capacidad legal de ejercer actos de comercio, o actividades económicas que no estén prohibidas por la ley puede desarrollar una empresa unipersonal” (Quito, 2021)

“Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS). La SAS es un tipo de compañía cuyos accionistas responden limitadamente hasta por el monto de sus respectivos aportes. Los accionistas podrán renunciar a esta limitación y abrir su patrimonio personal y asegurar con sus propios bienes cualquier operación de la sociedad. Estas sociedades no podrán cotizar en bolsa” (Quito, 2021).

“Las SAS se constituirán por medio de un documento privado que se inscribirá en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, sin necesidad de acudir el Registro Mercantil. Además, no tienen un requerimiento de capital mínimo” (Quito, 2021).

“Las SAS no podrán realizar actividades relacionadas con operaciones financieras, de mercado de valores, seguros u otras que tengan un tratamiento especial” (Quito, 2021).

Requisitos para Constituir una S.A.S.

1. Certificado electrónico del accionista (Firma Electrónica – Ver Anexo 1).
2. Reserva de la denominación (Ver Anexo 1).
3. Contrato privado o escritura.
4. Nombramiento(s)

5. Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es:

- a. Tipo de solicitante
 - b. Nombre completo
 - c. Número de identificación
 - d. Correo electrónico
 - e. Teléfono convencional y/o teléfono celular
 - f. Provincia g. Ciudad
 - h. Dirección
6. Copia(s) de cédula o pasaporte.

4.3 Pasos para Constituir una S.A.S.

1. CREAR RESERVA DE DENOMINACIÓN.

- a. “Ingrese al portal www.supercias.gob.ec” (Quito, 2021).
- b. “Ingrese al Portal de Trámites - Sector Societario” (Quito, 2021).
- c. “Ingrese usuario y Clave (Si no lo tiene ver Anexo 1), escoja la opción Reserva de Denominación (Ver anexo 1)” (Quito, 2021).
- d. “Ingrese a la Opción Constitución” (Quito, 2021).
- e. “Siga los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipo de compañía S.A.S” (Quito, 2021).
- f. “Terminado el proceso imprima su Reserva” (Quito, 2021).

2. DESCARGAR FORMATO DE DOCUMENTOS: CONTRATO, NOMBRAMIENTOS, FORMULARIOS DE REGISTRO.

- a. Ingrese al portal www.supercias.gob.ec
- b. Ingrese a Guías del Usuario y descargue los formatos y documentos requeridos.
- c. Llene la información solicitada en los documentos descargados.

3. ENVIE A LA CUENTA DE CORREO ELECTRÓNICO DE LA OFICINA CORRESPONDIENTE, LOS DOCUMENTOS OBLIGATORIOS.

- a. Solicitud de Constitución.
- b. Un archivo PDF que contenga Contrato Privado / Escritura + Reserva debidamente firmado electrónicamente.
- c. Un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente.
- d. Un archivo PDF que contenga los formularios de registro de los accionistas y administradores y la copia de las respectivas cédulas o pasaportes.

4. CON LA SOLICITUD RECIBIDA SE CREARÁ UN TRÁMITE DE CONSTITUCIÓN DE S.A.S, LA INFORMACIÓN REFERENTE AL INICIO DEL PROCESO DE CONSTITUCIÓN SERÁ ENVIADA AL CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE.

5. EL TRÁMITE SERÁ REVISADO Y GESTIONADO POR EL ÁREA DE REGISTRO DE SOCIEDADES, DURANTE DICHA GESTIÓN DE SER NECESARIO SE ENVIARÁ CORREOS ELECTRÓNICOS AL SOLICITANTE PARA SUBSANAR CUALQUIER OBSERVACIÓN DEL PROCESO. DE NO EXISTIR OBSERVACIONES O LUEGO DE SER SUPERADAS, SE PROCEDERÁ A GENERAR LAS RAZONES DE INSCRIPCIONES DEL CONTRATO O ESCRITURA Y DEL O LOS NOMBRAMIENTOS SEGÚN SEA EL CASO. (SI LA CONSTITUCIÓN DE LA S.A.S. ES ELECTRÓNICA EL SISTEMA OTORGARÁ AUTOMÁTICAMENTE EL NÚMERO DE RUC).

6. SE PROCEDERÁ A COMUNICAR VÍA CORREO ELECTRÓNICO AL SOLICITANTE LA FINALIZACIÓN DEL PROCESO CON TODA LA INFORMACIÓN REFERENTE A LA NUEVA COMPAÑÍA CONSTITUIDA ADJUNTÁNDOSE LAS RAZONES DE INCRIPCIONES CORRESPONDIENTES.

ANEXO 1

¿Cómo obtener la firma electrónica para constituir una S.A.S.?

“Existen entidades de certificación de información y servicios relacionados acreditados para emitir firmas electrónicas autorizadas, en donde deberán seguir los pasos señalados en las guías elaboradas en” (Quito, 2021):

1. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (POR MEDIO DEL REGISTRO CIVIL DEL ECUADOR)

<https://www.registrocivil.gob.ec/certificado-de-firma-electronica/>

<https://www.eci.bce.ec/solicitud-de-certificado-requisitos>

2. SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S.A.

<https://www.securitydata.net.ec/>

3. ANFAC AUTORIDAD DE CERTIFICACION ECUADOR C.A.

<https://www.anf.es/ec>

4. CONSEJO DE LA JUDICATURA

<https://www.icert.fje.gob.ec/>

¿Cómo crear un usuario y contraseña en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros?

- “Deberá registrarse primeramente como usuario en la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. Para esto le recomendamos utilizar como guía el siguiente link” (SENADI, 2020).

https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/res_usu.zul

¿Cómo reservar la denominación de una S.A.S.?

- “Una vez registrado, obtendrá un usuario y contraseña con la que podrá realizar la reserva de denominación en el portal web institucional siguiendo los pasos que se detallan en la guía para el usuario que está disponible en el siguiente link” (SENADI, 2020).

https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/reser_den.zul

4.4 Registros de marcas

“Según el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales para registrar la marca del producto se necesita” (SENADI, 2020)”.

Beneficios y Derechos que confiere el registro de una Marca

- “Derecho al uso exclusivo de la marca. Solo el titular puede hacer uso del signo. Derecho de actuar contra cualquier tercero que utilice la marca sin la autorización del titular del registro” (SENADI, 2020).
- “Protección de la marca en toda la República del Ecuador” (SENADI, 2020).
- “Derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en nuestro país” (SENADI, 2020).
- “Permite restringir la importación de bienes que utilicen marcas iguales o parecidas al signo registrado por el titular, por suponer que infringen derechos de Propiedad Intelectual” (SENADI, 2020).
- “Derecho de otorgar licencias a terceros y de cobrar regalías” (SENADI, 2020).
- “Derecho de franquiciar su producto o servicio” (SENADI, 2020).
- “Ceder los derechos sobre su marca a terceros” (SENADI, 2020).
- “Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual, en muchas ocasiones, llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020)” (SENADI, 2020).

4.5 Consejos para registrar una marca

- “Previo a la presentación de la solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro. La tasa de la búsqueda fonética es de \$ 16.00 (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020)” (SENADI, 2020).

4.6 Procedimiento de registro

- “Búsqueda fonética” (SENADI, 2020).

- “Apertura de casillero virtual” (SENADI, 2020).
- “Presentación de solicitud en el sistema en línea” (Quito, 2021).
- “Pago de tasa de solicitud de registro correspondiente al valor de \$208.00” (Quito, 2021).
- “Examen de forma: en el mismo se verifica que se ha cumplido con todos los requisitos necesarios para la publicación de la marca solicitada en gaceta. Entiéndase por requisitos a los siguientes: poder en el caso de que un tercero autorizado solicite la marca, nombramiento de Representante Legal en el caso de personas jurídicas que presenten la solicitud sin un apoderado, naturaleza del signo, tipo de signo, etc” (Quito, 2021).
- “Publicación de la marca solicitada en la Gaceta de Propiedad Industrial: esta publicación sirve para que terceros que se crean afectados por el posible registro de la marca solicitada presenten oposición, en el caso de que el signo tenga algún parecido con su marca registrada” (Quito, 2021).
- “Oposición: Dentro del término de treinta días hábiles siguientes a la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés podrá presentar oposiciones fundamentadas” (Quito, 2021).
- “Examen de registrabilidad: en caso de que no exista oposición, se efectúa el examen de registrabilidad en el cual se resuelve aceptar o rechazarla marca” (Quito, 2021).
- “Emisión del título (siempre y cuando la marca haya sido concedida) (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020)” (Quito, 2021).

4.7 Tasas por registro de marca

- “Solicitud de marca, nombre comercial, lema comercial, apariencia distintiva: \$ 208.00” (Quito, 2021).
- “Solicitud de marcas colectivas y marcas de certificación: \$ 400.00” (Quito, 2021).
- “Solicitud de denominaciones de origen: gratuito” (Quito, 2021).
- “Registro de marca tridimensional USD\$ 1002.00” (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020)” (Quito, 2021).

“Según Servicio de Rentas Internas (2019) para generales la identificación del contribuyente de la sociedad en inscripción al RUC” (Quito, 2021).

- “Original de cedula de identidad del representante legal
- Original y copia para inscripción pasaporte ecuatoriano del representante legal
- Original de certificado de votación del representante legal
- Código CUEN (Código Único Eléctrico Nacional)
- Original de factura, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono
- Copia simple de factura o estados de cuenta de otros servicios
- Copia simple de comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural
- Copia a excepción de las certificaciones de cualquier entidad pública: contrato de servicios básicos, orden de instalación de cualquier medidor o línea telefónica fija, llena y firmada por la persona que realizó la inspección

Copia simple de contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato

- Copia simple de contrato de concesión comercial
 - Original de certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros
 - Copia simple de estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito
 - Copia simple de patente Municipal, permiso de Bomberos
 - Original de certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio
- Copia simple de escritura de compraventa del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad” (Servicio de Rentas Internas, 2019).

4.8 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

En una tabla, enumere y explique brevemente el proceso de tramitación,

en el caso de requerir obtener patentes municipales, permisos de funcionamiento, bomberos, uso de espacio público, etc.

4.9 Patentes municipales

¿Qué necesito para hacer el trámite?

Requisitos Obligatorios:

1. “Solicitud de Registro de Signos Distintivos.
2. Comprobante de pago de tasa.
3. Etiqueta en Digital (Formato JPG de 5X5 cm.)” (Quito, 2021).

Requisitos Especiales:

- “Certificado Financiero para descuento
- Poder o nombramiento otorgando representación legal para presentación del trámite
- Documento de Prioridad” (Quito, 2021).

Formatos y anexos

- “Casilleros Virtuales
Link para creación de Casillero Virtual para iniciar el trámite
- MiCasillero
Link para generación de comprobante de pago
- Solicitudes en Línea
Link que permite realizar la solicitud de acuerdo al trámite en referencia” (Quito, 2021).

¿Cómo hago el trámite?

1. “Solicitar asesoría en las ventanillas.

2. Generar la solicitud en línea en el Portal del SENADI, con los requisitos básicos necesarios a fin de reproducir el comprobante de pago.
3. Pagar la tasa correspondiente en el Banco del Pacífico
4. Iniciar el proceso de registro de la marca en el portal del SENADI.
5. Retirar el título, en el caso de ser concedido.

Este procedimiento puede variar conforme a características específicas a cada trámite a ser atendido por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales - SENADI.

Canales de atención: En línea (Sitio / Portal Web / Aplicación web)”
(Quito, 2021).

¿Cuál es el costo del trámite?

“\$ 208,00 USD No graba IVA” (Quito, 2021).

¿Dónde y cuál es el horario de atención?

Oficinas del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales -SENADI-

Lunes a viernes de 08:30 a 17:00 horas.

<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/institucion/>

4.10 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE

“Es el permiso de funcionamiento que otorga el GAD del Distrito Metropolitano de Quito, al desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito. Este permiso se otorga mediante dos procesos: Emisión y Renovación”
(Quito, 2021).

“Va dirigido a personas naturales o jurídicas que realizan una actividad económica en un establecimiento ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito: incluye desde pequeños comercios hasta grandes industrias” (Quito, 2021).

¿Qué necesito para hacer el trámite?

Requisitos Obligatorios:

EMISIÓN

“Previo a la solicitud de LUAE, deben cumplir con el registro del impuesto de Patente.

Emisión: Procedimiento Ordinario y Especial

(Validación de Pre existencia - ICUS Prohibido - Permitido)

Formulario de Solicitud LUAE (Generado del sistema informático de LUAE).

Cédula original del titular o Representante legal. RUC original” (SENADI, 2020).

RENOVACIÓN

“Previo a la obtención de la LUAE no deben presentar ningún requisito.

Nota. - Las actividades económicas existentes, previo a la solicitud de renovación o emisión de la LUAE, deben cumplir con el pago del Impuesto de Patente y Tasas relacionadas con el desarrollo de su actividad económica, del año inmediato anterior” (SENADI, 2020).

¿Cómo hago el trámite?

1. “Seleccione "LUAE Digital" en el portal de servicios en línea:
https://pam.quito.gob.ec/MDMQ_PORTAL_LUAE_WEB/Autenticacion/AutenticacionPatentes.asp
Dígite el número de RUC y la clave de la patente.
2. Seleccione el tipo de trámite que va a realizar; "EMISIÓN" o

EMISIÓN

Lea la información antes de continuar y de clic en siguiente.

1. "Si tiene valores pendientes de pago del año inmediato anterior, relacionados con el desarrollo de la(s) actividad(es) económica(es) a licenciar, el sistema informático le mostrará una pantalla con el detalle de estos rubros. Cancele estos valores en cualquier entidad financiera e inicie nuevamente el trámite.
2. Si no tiene valores pendientes de pago, el sistema presentará la pantalla para el registro de información; es necesario que el número de predio y dirección que registre corresponda al establecimiento donde realiza la actividad económica y no a su domicilio.
3. Continúe con el registro de información solicitada en las secciones: "1 Datos Generales", "2 Actividad Económica / Mapa", "3 Autorizaciones Administrativas" y "4 Dirección establecimiento".
4. Valide los datos ingresados, marque el recuadro aceptando lo estipulado en la información detallada y cuando todo esté correcto, de clic en "Guardar".

Si se habilitó la opción b), realice la declaración en línea de cumplimiento de reglas técnicas del Cuerpo de Bomberos para obtener su LUAE; caso contrario el Cuerpo de Bomberos coordinará la inspección del establecimiento. Cumpla con las reglas técnicas y el envío de la LUAE se realizará posterior a la generación del informe favorable de cumplimiento de reglas técnicas.

En la parte inferior del "Formulario de Solicitud LUAE" usted puede verificar el procedimiento de emisión que le corresponde y los pasos a seguir hasta obtener su LUAE.

El Analista de la Autoridad otorgante procederá con la validación de la

información registrada y posteriormente realizará el envío de la LUAE, en los procedimientos que corresponda.

Finalmente recibirá la LUAE Digital al correo electrónico registrado al inicio de su Solicitud.

Procedimientos de emisión y Autoridades Otorgantes

Simplificado, Ordinario y Ordinario (Actividades Turísticas): Administraciones Zonales.

Ordinario (Validación de Preexistencia): Administración Zonal a donde pertenece el establecimiento.

Especial (ICUS Permitido): Secretaría General de Seguridad y Gobernabilidad.

Especial (ICUS Prohibido - Validación de Preexistencia): Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda” (SENADI, 2020).

RENOVACIÓN

Luego de dar clic en Renovación,

1. “Si tiene valores pendientes de pago relacionados con el desarrollo de su actividad económica del año inmediato anterior: el sistema informático le mostrará una pantalla con el detalle de estos rubros. Cancele estos valores en cualquier entidad financiera e inicie nuevamente el trámite.
2. Si no tiene valores pendientes de pago, el sistema presentará una pantalla con los pasos a seguir.
3. Si posee varios establecimientos con licencias que cumplen las condiciones para la renovación del año actual: el sistema presentará el listado de trámites habilitados, caso contrario, se mostrará directamente la pantalla con la información del trámite a renovar.
4. Seleccione el trámite para generar la renovación.
5. El sistema muestra una pantalla con toda la información del trámite a renovar, en esta pantalla puede actualizar la información respecto a:

Sector o Referencia, Teléfonos, Correo Electrónico y Representante Legal.

6. Marque el recuadro aceptando lo estipulado en la parte superior y cuando todo esté correcto, de clic en "Renovar".
7. Luego de dar clic en "Renovar", el sistema le muestra una pantalla con el número de trámite de renovación generado, y si realizó una actualización de información, imprima el documento "Comprobante de Renovación de LUAE".
8. Valide la información.
9. En la parte inferior del "Comprobante de Renovación LUAE" usted puede verificar el procedimiento que le corresponde y los pasos a seguir hasta obtener su LUAE.
10. El analista de la Autoridad Otorgante procederá con la validación de la información registrada, y posteriormente realizará el envío de la LUAE en los procedimientos que corresponda.
11. Finalmente recibirá la LUAE digital al correo electrónico registrado al inicio de su solicitud” (SENADI, 2020).

¿Cuál es el costo del trámite?

“El trámite no tiene costo” (SENADI, 2020).

CAPITULO V

5 Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo

Identificar el grado de factibilidad y rentabilidad del plan de negocio, mediante el análisis de los indicadores financieros.

5.2 Plan de inversiones

El plan de inversiones permite minimizar riesgos debido a que detalla el destino, las acciones y los plazos de las inversiones

La empresa Servicentro detalla la inversión inicial identificando los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo.

Tabla 41 *Plan de inversiones*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Local			\$ 450,00
Remodelación del local	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Instalaciones eléctricas	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Muebles y enseres			\$ 996,00
Sillas ergonómicas	5	\$ 58,00	\$ 290,00
Mesas de trabajo	5	\$ 60,00	\$ 300,00
Archivadores	2	\$ 78,00	\$ 156,00
Escritorios	5	\$ 50,00	\$ 250,00
Herramientas			\$ 368,90
Caja de herramientas	2	\$ 5,00	\$ 5,00
Juego de 5 destornilladores	2	\$ 19,00	\$ 38,00
Termómetro de refrigeración	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Juego de rachas 108 piezas	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Sopladora	2	\$ 22,00	\$ 44,00
Juego de llaves inglesas	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Boca de corona			
Soldadura inverter	1	\$ 87,90	\$ 87,90
Mascara de soldar	2	\$ 5,00	\$ 10,00

Transporte			\$ 8.900,00
Vehículo	1	\$ 8.900,00	\$ 8.900,00
Equipos de computación			\$ 1.690,00
Computador de gama alta	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Impresora	1	\$ 490,00	\$ 490,00
Útiles de oficina			\$ 233,00
Teléfono de escritorio	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Botiquín de primeros auxilios	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Cámaras de vigilancia	2	\$ 39,00	\$ 78,00
Inventarios			\$ 604,70
Pastilla Térmica	25	\$ 5,00	\$ 125,00
Ventiladores	25	\$ 8,50	\$ 212,50
Relays	30	\$ 5,00	\$ 150,00
Potes de gas refrigerante	20	\$ 4,61	\$ 92,20
Control de temperatura	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Costos de Constitución			\$ 208,00
Registro de marca	1	\$ 208,00	\$ 208,00
Inventario			\$ 233,05
Pastilla Térmica	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Ventiladores	10	\$ 8,50	\$ 85,00
Relays	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Potes de gas refrigerante	5	\$ 4,61	\$ 23,05
Control de temperatura	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Capital de trabajo (3 meses)		\$ 4.773,84	\$ 12.551,52
TOTAL			\$ 26.002,17

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 42 *Capital de Trabajo*

Descripción del servicio	Costo mensual	Costos trimestral
Costos		
Inventario		
Pastilla Térmica	\$ 125,00	\$ 375,00
Ventiladores	\$ 212,50	\$ 637,50
Relays	\$ 92,20	\$ 276,60
Potes de gas refrigerante	\$ 92,20	\$ 276,60
Control de temperatura	\$ 25,00	\$ 75,00
Mano de obra	\$ 1.570,40	\$ 4.711,20

TOTALES	\$	2.117,30	\$	6.351,90
Gastos Administrativos				
Detalle		Valor mensual		Valor trimestral
Sueldos del personal	\$	1.570,40	\$	4.711,20
Gerente	\$	523,47	\$	1.570,40
Personal capacitado	\$	523,47	\$	1.570,40
Personal capacitado	\$	523,47	\$	1.570,40
Depreciaciones	\$	131,14	\$	393,42
Muebles y enseres	\$	8,30	\$	24,90
Transporte	\$	74,17	\$	222,50
Equipos de computación	\$	46,94	\$	140,82
Útiles de oficina	\$	1,73	\$	5,20
Gastos Administrativos	\$	655,00	\$	195,00
Teléfono	\$	20,00	\$	60,00
Internet	\$	20,00	\$	60,00
Agua potable	\$	5,00	\$	15,00
Energía eléctrica	\$	10,00	\$	60,00
Publicidad y promoción	\$	300,00	\$	900,00
Campañas publicitarias	\$	200,00	\$	600,00
Publicidad en redes sociales	\$	100,00	\$	300,00
TOTAL DE GASTOS	\$	2.656,54	\$	6.199,62
Total costos + gastos	\$	4.773,84	\$	12.551,52

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Para el desarrollo del proyecto requiere una inversión de \$26.002,17 dólares, se identifica un capital de trabajo de \$12.551,52 los mismos que cubrirán los gastos de los recursos que la empresa necesita para su funcionamiento hasta que sean cubiertos por las ganancias o ventas en el periodo de 3 meses.

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1 Mano de Obra

Rivadeneira (2014), indica que “constituye el factor humano que interviene en la actividad fabril y sin cuya participación no sería factible la producción”.

La mano de obra serán de 3 personas que se identifica como Gerente y 2 técnicos de línea blanca que brindarán el servicio de reparación y mantenimiento de línea blanca los cuales percibirán un sueldo básico general unificado.

Tabla 43 *Calculo de Mano de Obra*

Cargo	SBU	Ingresos Otros	Total
Gerente	\$ 400,00	0	\$ 400,00
Técnico en línea blanca	\$ 400,00	0	\$ 400,00
Técnico en línea blanca	\$ 400,00	0	\$ 400,00
Total	\$ 1.200,00	0	\$ 1.200,00

Varios	Descuento aporte patronal 9,45%	Total	Valor a pagar	Valor líquido a pagar
0	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 445,53
0	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 445,53
0	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 445,53
0	\$ 113,40	\$ 113,40	\$ 1.086,60	\$ 1.336,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Provisiones	Patronal 11,15%	Decimo XIII/12	Decimo XIV
	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 33,33
	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 33,33
	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 33,33
Total	\$ 133,80	\$ 100,00	\$ 100,00

Fondo de reserva	Vacaciones	Total, provisión	Costo MO
-------------------------	-------------------	-------------------------	-----------------

\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 161,27	\$ 523,47
\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 161,27	\$ 523,47
\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 161,27	\$ 523,47
\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 483,80	\$ 1.570,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.3.2 Depreciación

La depreciación es la disminución en el valor de la propiedad de a producida por el paso del tiempo, desgaste, obsolescencia, técnica, obsolescencia u otros factores de la naturaleza operacionales, tecnológicos, etc. Considerando que los activos incluidos en nuestro plan de inversión sujetos a este fenómeno, debemos realizar el cálculo determina el cargo por depreciación el cual debe ser incluido en nuestro detalle de gastos. Utilice la siguiente tabla para realizar este cálculo. Se recomienda el uso del método lineal.

Tabla 44 *Cálculo de las Depreciaciones*

Depreciación muebles y enseres

Detalle del bien	Cantidad	Valor unitario	Total	Tiempo de depreciación	Costo anual
Sillas ergonómicas	5	\$ 58,00	\$ 290,00	10 años	\$ 29,00
Mesas de trabajo	5	\$ 60,00	\$ 300,00	10 años	\$ 30,00
Archivadores	2	\$ 78,00	\$ 156,00	10 años	\$ 15,60
Escritorios	5	\$ 50,00	\$ 250,00	10 años	\$ 25,00
Total					\$ 99,60
Detalle del bien	Cantidad	Valor unitario	Total	Tiempo de depreciación	Costo anual
Herramientas	15	\$230,90	\$ 3.463,50	10 años	\$ 346,35
TOTAL					\$ 346,35

Depreciación Transporte

Detalle del bien	Cantidad	Valor unitario	Total	Tiempo de depreciación	Costo anual
Vehículo	1	\$8.900,00	\$ 8.900,00	10 años	\$890,00
TOTAL					\$890,00

Depreciación equipos de computación

Detalle del bien	Cantidad	Valor unitario	Total	Tiempo de depreciación	Costo anual
Computador de gama alta	1	\$1.200,00	\$ 1.200,00	3 años	\$399,96
Impresora	1	\$ 490,00	\$ 490,00	3 años	\$ 63,32
TOTAL					\$563,28

Depreciaciones útiles de oficina

Detalle del bien	Cantidad	Valor unitario	Total	Tiempo de depreciación	Costo anual
Teléfono de escritorio	2	\$ 65,00	\$ 130,00	10 años	\$ 13,00
Cámaras de vigilancia	2	\$ 39,00	\$ 78,00	10 años	\$ 7,80
TOTAL					\$ 20,80
				Total depreciación:	\$1.920,03

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.3.3 Proyección de la depreciación

El valor obtenido del cálculo de las depreciaciones se proyecta a 5 años, con una particularidad, los cargos por depreciación a lo largo de la vida útil del proyecto serán los mismos, a excepción de los equipos de computación, cuya vida útil sólo es de tres años.

Tabla 45 *Proyección de la Depreciación*

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	\$ 99,60	\$ 99,60	\$ 99,60	\$ 99,60	\$ 99,60
Herramientas	\$ 346,35	\$ 346,35	\$ 346,35	\$ 346,35	\$ 346,35
Transporte	\$ 890,00	\$ 890,00	\$ 890,00	\$ 890,00	\$ 890,00
Equipos de computación	\$ 563,28	\$ 563,28	\$ 563,28	\$ -	\$ -
Útiles de oficina	\$ 20,80	\$ 20,80	\$ 20,80	\$ 20,80	\$ 20,80
TOTAL	\$ 1.920,03	\$ 1.920,03	\$ 1.920,03	\$ 1.356,75	\$ 1.356,75

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El autor

5.3.4 Detalle de Costos

“El costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr las metas operativas (pago de salarios, compra de materiales, fabricación de productos, obtención de financiamiento, administración de la empresa, etc.). Cuando no se cumplen las metas esperadas, la empresa se denomina pérdida.

Tabla 46 *Detalle de Costos*

Descripción del servicio	Unidad de medida	Cantidad Mensual requerida	Costos Unitario	Costo mensual	Costo por servicio	Costos anuales
Recurso (materia prima directa)				\$ 604,70	\$ 6,05	\$7.256,40
Pastilla Térmica	Unidad	25	\$ 5,00	\$ 125,00	\$ 1,25	\$1.500,00
Ventiladores	Unidad	25	\$ 8,50	\$ 212,50	\$ 2,13	\$2.550,00
Relays	Unidad	30	\$ 5,00	\$ 150,00	\$ 1,50	\$1.800,00
Potes de gas refrigerante	Unidad	20	\$ 4,61	\$ 92,20	\$ 0,92	\$1.106,40
Control de temperatura	Unidad	5	\$ 5,00	\$ 25,00	\$ 0,25	\$ 300,00
Mano de obra Directa				\$1.046,93		\$12.563,20
Personal capacitado	Sueldo	2	\$1.046,93	\$1.046,93		\$12.563,20
Mano de obra indirecta				\$ 523,47		\$ 6.281,60
Gerente	Sueldo	1	\$ 523,47	\$ 523,47		\$ 6.281,60
Combustible				\$ 120,00		\$ 1.440,00
Gasolina extra	Unidad	1	\$ 10,00	\$ 120,00		\$ 1.440,00
Depreciación de servicio				\$ 103,03		\$ 1.236,35
Herramientas	Unidad	15		\$ 28,86		\$ 346,35
Vehículo	Unidad	1		\$ 74,17		\$ 890,00
TOTALES		125	\$1.598,51	\$2.175,10	\$ 6,05	\$26.101,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.3.5 Proyección de Costos

Luego de obtener el costo mensual, Servicentro estará en capacidad de realizar la proyección anual, utilizando indicadores que permitirán reflejar cifras a lo largo de la vida útil del proyecto, con la particularidad de que ya planteamos una división entre los costos fijos y los variables. Considerar para la proyección la tasa promedio de inflación correspondiente al 0.9% según datos otorgados por el Banco Central del Ecuador de los últimos 5 años .

Tabla 47 *Proyección de Costos*

Descripción	Costo	Costos		Total	Costos		Total
	mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2
Recurso (materia prima directa)	\$ 604,70		\$7.256,40	\$7.256,40		\$7.321,71	\$7.321,71
Mano de obra Directa	\$1.046,93	\$12.563,20		\$12.563,20	\$12.676,27		\$12.676,27
Combustible	\$ 120,00		\$1.440,00	\$ 1.440,00		\$1.452,96	\$ 1.452,96
Depreciación de servicio	\$ 103,03		\$1.236,35	\$ 1.236,35		\$1.247,48	\$ 1.247,48
TOTALES	\$1.874,66	\$12.563,20	\$9.932,75	\$22.495,95	\$12.676,27	\$10.022,14	\$22.698,41

Costos		Total
Fijos	Variables	año 3
	\$ 7.387,60	\$ 7.387,60
\$ 12.790,36		\$ 12.790,36
	\$ 1.466,04	\$ 1.466,04
	\$ 1.258,70	\$ 1.258,70
\$ 12.790,36	\$ 10.112,34	\$ 22.902,70

Costos	Total
--------	-------

Fijos	Variables	año 4
	\$ 7.454,09	\$ 7.454,09
\$ 12.905,47		\$ 12.905,47
	\$ 1.479,23	\$ 1.479,23
	\$ 1.270,03	\$ 1.270,03
\$ 12.905,47	\$ 10.203,36	\$ 23.108,82

Costos		Total
Fijos	Variables	año 5
	\$ 7.521,18	\$ 7.521,18
\$ 13.021,62		\$ 13.021,62
	\$ 1.492,54	\$ 1.492,54
	\$ 1.281,46	\$ 1.281,46
\$ 13.021,62	\$ 10.295,19	\$ 23.316,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.3.6 Detalle de Gastos

Hablando de gastos, puede entender como los gastos necesarios para producir, mantener y vender los productos comerciales, se divide en administración, ventas y finanzas según las áreas de negocio.

Tabla 48 *Detalle de los Gastos*

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual de gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos del personal					\$ 6.281,60
Gerente	dólares	\$ 523,47	1	\$523,47	\$ 6.281,60
Depreciaciones					\$ 683,68
Muebles y enseres	tiempo		1	\$ 8,30	\$ 99,60

Equipos de computación	tiempo		1	\$ 46,94	\$ 563,28
Útiles de oficina	tiempo		1	\$ 1,73	\$ 20,80
Gastos Administrativos					\$ 660,00
Teléfono	min	\$ 20,00	1	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet	mbyte	\$ 20,00	1	\$ 20,00	\$ 240,00
Agua potable	m3	\$ 5,00	1	\$ 5,00	\$ 60,00
Energía eléctrica	kw/h	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 120,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS				\$635,44	\$ 7.625,28

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 49 *Gastos de Ventas*

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia		Valor anual
			mensual del gasto	Valor mensual	
Publicidad y promoción					
Campañas publicitarias	dólares	\$ 200,00	1	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Publicidad en redes sociales	dólares	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 120,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	0	\$ 210,00	6	\$ 210,00	\$ 2.520,00
TOTAL DE GASTOS				845,44	10.145,28

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.3.7 Proyección Gastos

“De la misma forma como se realizó la proyección para los costos, lo hacemos con los gastos en el tiempo, obteniendo el valor del gasto mensual ya solo una operación de multiplicación proyectará los gastos a lo largo de la vida útil del proyecto. Vale mencionar que la clasificación entre gastos fijos y variables contribuirá en la obtención del punto de equilibrio” (Galán, 2021).

Considera para la proyección de gastos la tasa promedio de inflación del 0.9% otorgado por el Banco Central.

Tabla 50 *Proyección de Gastos*

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1
		Fijos	Variables	
Sueldos del personal				
Gerente	\$ 523,47	\$ 523,47		\$ 6.281,60
Depreciaciones				
Muebles y enseres	\$ 8,30	\$ 8,30		\$ 99,60
Equipos de computación	\$ 46,94	\$ 46,94		\$ 563,28
Útiles de oficina	\$ 1,73	\$ 1,73		\$ 20,80
Servicios Básicos				
Teléfono	\$ 20,00	\$ 20,00		\$ 240,00
Internet	\$ 20,00	\$ 20,00		\$ 240,00
Agua potable	\$ 5,00	\$ 5,00		\$ 60,00
Energía eléctrica	\$ 10,00	\$ 10,00		\$ 120,00
TOTAL		\$ 635,44		\$ 7.625,28

Gastos		Total	Gastos		Total
Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3
\$ 528,18		\$ 6.338,13	\$ 532,93		\$ 6.395,18
\$ 8,37		\$ 100,50	\$ 8,45		\$ 101,40

\$	47,36		\$ 568,35	\$ 47,79		\$ 573,46
\$	1,75		\$ 20,99	\$ 1,76		\$ 21,18
\$	20,18		\$ 242,16	\$ 20,36		\$ 244,34
\$	20,18		\$ 242,16	\$ 20,36		\$ 244,34
\$	5,05		\$ 60,54	\$ 5,09		\$ 61,08
\$	10,09		\$ 121,08	\$ 10,18		\$ 122,17
\$	641,16		\$ 7.693,90	\$ 646,93		\$ 7.763,15

Gastos		Total	Gastos		Total
Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
\$	537,73	\$ 6.452,73	\$	542,57	\$ 6.510,81
\$	8,53	\$ 102,31	\$	8,60	\$ 103,23
\$	48,22	\$ 578,62	\$	48,65	\$ 583,83
\$	1,78	\$ 21,37	\$	1,80	\$ 21,56
\$	20,54	\$ 246,54	\$	20,73	\$ 248,76
\$	20,54	\$ 246,54	\$	20,73	\$ 248,76
\$	5,14	\$ 61,63	\$	5,18	\$ 62,19
\$	10,27	\$ 123,27	\$	10,36	\$ 124,38
\$	652,75	\$ 7.833,02	\$	658,63	\$ 7.903,52

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 51 *Gastos de Ventas*

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia		
			mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad y promoción					
Campañas publicitarias	dólares	\$ 200,00	1	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Publicidad en redes sociales	dólares	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 120,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	0	\$ 210,00	6	\$ 210,00	\$ 2.520,00
TOTAL DE GASTOS				\$ 845,44	\$ 10.145,28

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 52 *Proyección de Ventas*

Descripción	Gasto		Gastos		Total
	mensual	Fijos	Variables	año 1	
Publicidad y promoción					
Campañas Publicitarias	\$ 450,00	\$ 450,00		\$ 5.400,00	
Publicidad en redes sociales	\$ 250,00	\$ 250,00		\$ 3.000,00	
TOTAL				\$ 8.400,00	

Gastos		Total	Gastos		Total
Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3
\$ 454,05		\$ 5.448,60	\$ 458,14		\$ 5.497,64
\$ 252,25		\$ 3.027,00	\$ 254,52		\$ 3.054,24
\$ 706,30		\$ 8.475,60	\$ 712,66		\$ 8.551,88

Gastos		Total	Gastos		Total
Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4
\$ 458,14		\$ 5.497,64	\$ 462,26		\$ 5.547,12
\$ 254,52		\$ 3.054,24	\$ 256,81		\$ 3.081,73
\$ 712,66		\$ 8.551,88	\$ 719,07		\$ 8.628,85

Gastos		Total
Fijos	Variables	año 5
\$ 466,42		\$ 5.597,04
\$ 259,12		\$ 3.109,47
\$ 725,54		\$ 8.706,51

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El autor

Tabla 53 *Proyección de Gastos*

Descripción	gastos			gastos	
	Gasto mensual	fijos	total año 1	fijos	total año 2
gastos administrativos	\$ 635,44	\$ 635,44	\$7.625,28	\$ 641,16	\$ 7.693,90
gastos de ventas	\$ 700,00	\$ 700,00	\$8.400,00	\$ 706,30	\$ 8.475,60
TOTAL GASTOS	\$ 1.335,44	\$1.335,44	\$16.025,28	\$1.347,46	\$ 16.169,50

gastos		gastos		gastos	
fijos	total año 3	fijos	total año 4	fijos	total año 5
\$ 646,93	\$ 7.763,15	\$ 652,75	\$ 7.833,02	\$ 658,63	\$ 7.903,52
\$ 712,66	\$ 8.551,88	\$ 719,07	\$ 8.628,85	\$ 725,54	\$ 8.706,51

\$	1.359,59	\$ 16.315,03	\$ 1.371,82	\$ 16.461,87	\$ 1.384,17	\$ 16.610,02
----	----------	--------------	-------------	--------------	-------------	--------------

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El autor

5.4 Plan de Financiamiento

La inversión recomendada en los detalles anteriores debe ser cubierta financieramente. La inversión requerida para tal fin se resume en un plan de financiamiento, que se define como "un conjunto de recursos financieros y monetarios para actividades económicas, que suele ser un recurso complementario. El préstamo problema de cantidad.

5.5 Forma de financiamiento

Para el financiamiento de la empresa Servicentro se utilizará recursos propios que este caso cuenta con \$26.002,17

Tabla 54 *Plan de Financiamiento*

Descripción	total (USD)	parcial %
Recursos propios		
Bienes (local)	\$ 15.000	58%
Efectivo	\$ 11.002	42%
Total	\$ 26.002,17	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.6 Cálculo de Ingresos

El nivel de ingresos se determina con base en la información detallada sobre el precio del servicio que brindará la empresa y la cantidad o servicio estimado cubierto por las ventas del servicio; de esta manera, se pueden establecer y proyectar datos anuales para los próximos cinco años del ciclo de vida del proyecto.

Según las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), los ingresos son el aumento del patrimonio neto de la empresa durante el año. Puede ser una entrada o aumento del valor de los activos, o una disminución de los pasivos, siempre que su fuente no sea la contribución de los socios o dinero de los propietarios.

Tabla 55 *Precio de Venta Unitario*

servicios	precio unitario	costo unitario	servicio prestado mensual
	\$ 41	\$ 29,22	100

\$	%	ingresos mensuales
\$ 11,69	40%	\$ 1.168,64

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 56 *Cálculo de Ingreso Anual*

servicios	Cantidad de servicios	PVP	Total
Diagnóstico de aparatos de línea blanca	1.200	\$ 41	\$ 49.082,81

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.6.1 Proyección de Ingresos

De esta manera, obtenido el precio de venta de los productos, ya estamos en condiciones de proyectar cuáles van a ser los ingresos en el transcurrir del tiempo y mientras dure el proyecto.

Consideramos la tasa de crecimiento empresarial 10.75% que nos brinda el Banco Central para proyectar en el transcurso del tiempo.

Tabla 57 *Proyección de Ingresos*

ingresos año 1			
servicios	cantidad	precio unitario	total año 1
Diagnóstico de aparatos de línea blanca	1200	41	48.082,81

ingresos año 2

servicios	cantidad	precio unitario	total año 2
Diagnóstico de aparatos de línea blanca	1329	41	54.359,21

ingresos año 3

servicios	cantidad	precio unitario	total año 3
Diagnóstico de aparatos de línea blanca	1448,61	41	59.251,54

ingresos año 4

servicios	cantidad	precio unitario	total año 4
Diagnóstico de aparatos de línea blanca	1578,98	41	64.584,18

ingresos año 5

servicios	cantidad	precio unitario	total año 5
Diagnóstico de aparatos de línea blanca	1.721,09	41	70.396,76

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.7 Punto de equilibrio

“Dentro del análisis de Costo – Volumen – Utilidad, se puede utilizar esta herramienta que le permite al proponente determinar en qué nivel de producción, sus ingresos totales se igualan a sus costos totales. A partir de este punto, se podrá establecer los niveles en los que la producción va a causar una pérdida o una utilidad” (Westreicher,

Economipedia, 2020).

Tabla 58 *Punto de Equilibrio*

Descripción	Fijo	Variable	Total
Costos		\$ 19.819,60	\$ 19.819,60
gastos administrativos	\$ 635,44		\$ 635,44
gastos de ventas	\$ 700,00		\$ 700,00
Suman	\$ 1.335,44	\$ 19.819,60	\$ 21.155,04
ingresos totales		\$ 49.082,81	\$ 49.082,81
número de unidades		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
PVP		\$ 40,90	\$ 40,90
Costo variable unitario		\$ 29,22	\$ 29,22

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 59 *Costos Fijos Mensuales*

COSTOS FIJOS MENSUALES	
Salarios	\$ 1.336,60
Gastos administrativos	\$ 635,44
TOTAL	\$ 1972,04
COSTOS VARIABLES unitarios	
Materia Prima (recursos) (unit)	\$ 10,47
Mano de Obra directa(unit)	\$ 11,67
TOTAL	\$ 22,14
Precio de venta unitario	\$ 41

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Las fórmulas para calcular el punto de equilibrio son:

$$1: \quad Q_e = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Prec. Vta. Unit} - \text{Costo Variable Unit}}$$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

2:

$$I_e = \text{Cantidad de equilibrio} \times \text{Precio Venta Unit}$$
$$I_e = 2313,409 \text{ unidades monetarias}$$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Donde:

Costos Variables (CV)

Costos Fijos (CF)

Costos Totales (CT)

Ingresos Totales (IT)

Número de unidades vendidas (UV)

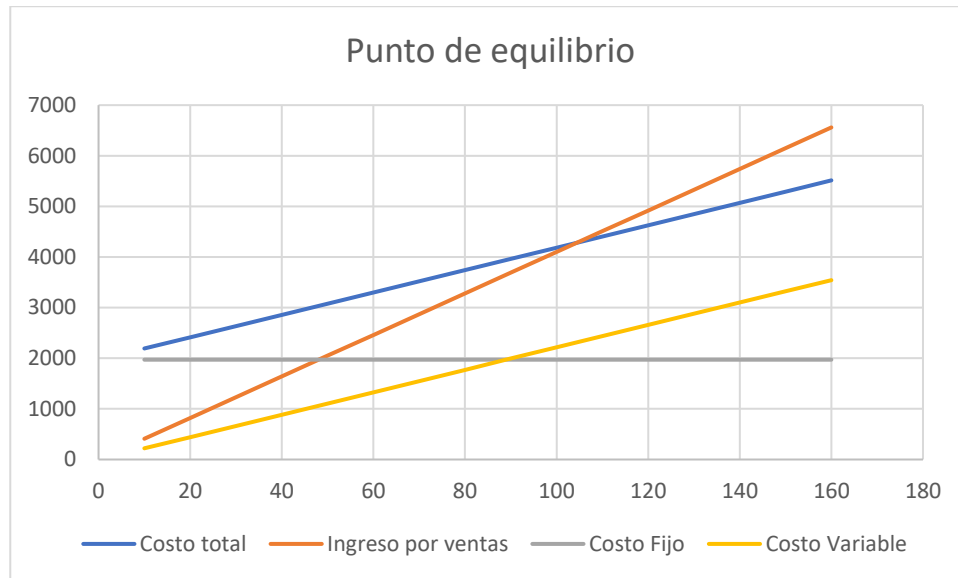
Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

Finalmente, los resultados de la aplicación de estas fórmulas, se obtuvo los siguientes resultados.

Gráfico 23

Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Se recalca que la hoja Excel está realizada para que, al ingreso de los datos básicos de Servicentro, los cálculos, así como el gráfico se muestren automáticamente.

5.8 Estado de Resultados Proyectado

Esta herramienta permitirá a la persona saber si el proyecto resulta o no rentable a lo largo de su vida útil.

El estado de resultados tiene una visión más amplia de si el proyecto incurrirá en pérdidas o ganancias durante el período esperado, por lo que se define como "un informe financiero que detalla los ingresos obtenidos, Gastos incurridos y ganancias y pérdidas de la empresa durante un período de tiempo.

Gráfico 24

Estado de Resultados Projectados

Estado de resultados proyectado					
Descripción	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos por ventas	\$49.082,81	\$54.359,21	\$59.251,54	\$64.584,18	\$70.396,76
Costo de ventas	\$22.495,95	\$22.698,41	\$22.902,70	\$23.108,82	\$23.316,80
(=) utilidad bruta en ventas	\$26.586,86	\$31.660,80	\$36.348,84	\$41.475,36	\$47.079,95
(-) gastos de ventas	\$ 8.400,00	\$ 8.475,60	\$ 8.551,88	\$ 8.628,85	\$ 8.706,51
(=) utilidad neta en ventas	\$18.186,86	\$23.185,20	\$27.796,96	\$32.846,51	\$38.373,45
(-) gastos administrativos	\$ 7.625,28	\$ 7.693,90	\$ 7.763,15	\$ 8.628,85	\$ 7.903,52
(=) utilidad neta operacional	\$10.561,58	\$15.491,29	\$20.033,81	\$24.217,66	\$30.469,93
(-) gastos financieros	0	0	0	0	0
(+) otros ingresos	0	0	0	0	0
(-) otros egresos	0	0	0	0	0
(=) utilidad antes de participaciones	\$10.561,58	\$15.491,29	\$20.033,81	\$24.217,66	\$30.469,93
(-) 15% participación trabajadores	\$ 1.584,24	\$ 2.323,69	\$ 3.005,07	\$ 3.632,65	\$ 4.570,49
(=) utilidad antes de impuestos	\$ 8.977,35	\$13.167,60	\$17.028,74	\$20.585,01	\$25.899,44
(-) 22% impuesto a la renta	\$ 1.975,02	\$ 2.896,87	\$ 3.746,32	\$ 4.528,70	\$ 5.697,88
(=) utilidad o perdida del ejercicio	\$ 7.002,33	\$10.270,73	\$13.282,42	\$16.056,31	\$20.201,56

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.9 Flujo de Caja

El flujo de efectivo le permite comprender la capacidad de pagar en efectivo en función de los detalles de los cambios en los ingresos y los gastos, para poder tomar decisiones sobre las actividades comerciales. Como describió Komiya, "el flujo de efectivo (también llamado flujo de efectivo, flujo de liquidez o flujo de efectivo) es un documento o informe financiero que muestra el flujo de ingresos y gastos de efectivo (efectivo) propiedad de la empresa durante un cierto período de tiempo

Tabla 60 *Flujo de Caja*

EMPRESA SERVICENTRO S.A.S
FLUJO DE CAJA

	DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS OPERACIONALES		\$ 49.082,81	\$ 54.359,21	\$ 59.251,54	\$ 64.584,18	\$ 70.396,76
	Recuperación por ventas		\$ 49.082,81	\$ 50.177,36	\$ 51.296,31	\$ 52.440,22	\$ 53.609,64
B	EGRESOS OPERACIONALES		\$ 28.589,51	\$ 28.654,22	\$ 28.719,09	\$ 28.784,11	\$ 28.849,27
	Mano de obra directa		\$ 12.563,20	\$ 12.595,86	\$ 12.628,61	\$ 12.661,45	\$ 12.694,37
	Gastos de ventas		\$ 8.400,00	\$ 8.416,80	\$ 8.433,63	\$ 8.450,50	\$ 8.467,40
	Gastos de administración		\$ 7.625,28	\$ 7.640,53	\$ 7.655,81	\$ 7.671,12	\$ 7.686,46
	Costos indirectos de servicio		\$ 1,03	\$ 1,03	\$ 1,03	\$ 1,04	\$ 1,04
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ 20.493,30	\$ 25.704,99	\$ 30.532,45	\$ 35.800,07	\$ 41.547,49
D	INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 26.002,17					
	Aportes de capital	\$ 26.002,17					
E	EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 3.559,25	\$ 3.769,43	\$ 3.999,46	\$ 4.251,31	\$ 4.527,17
	Pago de participación de utilidades		\$ 1.584,24	\$ 1.596,91	\$ 1.609,69	\$ 1.622,56	\$ 1.635,54
	Pago de impuestos (Renta 22%)		\$ 1.975,02	\$ 2.172,52	\$ 2.389,77	\$ 2.628,75	\$ 2.891,62
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ 26.002,17	-\$ 3.559,25	-\$ 3.769,43	-\$ 3.999,46	-\$ 4.251,31	-\$ 4.527,17
G	FLUJO NETO GENERADO (C-F)	-\$ 26.002,17	\$ 24.052,56	\$ 29.474,42	\$ 34.531,91	\$ 40.051,38	\$ 46.074,65
H	Depreciaciones		\$ 1.920,03	\$ 1.920,03	\$ 1.920,03	\$ 1.356,75	\$ 1.356,75

J	SALDO FINAL DE CAJA (G+H-I)	-\$ 26.002,17	\$ 25.972,58	\$ 31.394,44	\$ 36.451,93	\$ 41.408,13	\$ 47.431,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

El flujo de caja indica una inversión inicial de \$26.002,17; un indicador del efectivo necesario para iniciar el proyecto el mismo que se detalla en el plan de inversión. El valor que corresponde al saldo inicial de caja es \$26.002,17, que es el valor del capital de trabajo inicial para ejercer las actividades de la empresa.

5.10 Evaluación financiera

5.10.1 Indicadores

5.10.2 Valor Actual Neto (VAN)

“Constituye la medida de evaluación que se basa en los resultados obtenidos en el Flujo de Caja del plan y permite calcular si el proyecto a lo largo de su vida útil arroja un valor actualizado que certifique en términos monetarios, los beneficios reales del proyecto” (Punina, 2019).

Tabla 61 *Valor Neto*

$$\text{VAN} = \frac{f_1}{(1+i)^{n1}} + \frac{f_2}{(1+i)^{n1}} + \frac{f_3}{(1+i)^{n1}} + \frac{f_4}{(1+i)^{n1}} + \frac{f_5}{(1+i)^{n1}}$$

$$\text{VAN} = \frac{20,493,3}{(1+0,0897)^{n1}} + \frac{25,704,99}{(1+0,0897)^{n2}} + \frac{30,532,45}{(1+0,0897)^{n2}} + \frac{35,800,07}{(1+0,0897)^{n3}} + \frac{41,547,49}{(1+0,0897)^{n4}}$$

$$\text{VAN}=142.481,78$$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

El valor actual neto es de 142.481,78 dólares.

Tabla 62 *Cálculo de TMAR*

Cálculo de TMAR

TMAR	Inflación + Riesgo + (Inflación x Riesgo)
Inflación	0,009
Riesgo sector	0,08
TMAR=	8,97%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

El capital propio permitirá invertir en la empresa y esto incurre en las utilidades finales; el TMAR del proyecto es de 8,97% porcentaje mayor a la tasa de inflación del 0.9% esto quiere decir que es un proyecto atractivo para los inversores, pues aportará con márgenes de utilidad positivos.

5.11 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión realizada.

Tabla 63 *Tasa Interna de Retorno*

Inflación	0,009
Riesgo sector	0,08
TMAR=	8,97%
VAN=	0
TIR	93%

La tasa interna de retorno es mayor a 1 tasa mínima aceptable de rendimiento con 93% esto indica que la viabilidad del proyecto es efectiva.

5.12 Beneficio Costo

Es un cociente que permite comparar los ingresos de un proyecto, con relación a la inversión. Se asume como regla de decisión, la aceptación del proyecto si la relación es mayor a 1:

Fórmula 2

Beneficio Costo

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

$$B/C = \frac{228.218,56}{111.745,73}$$

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos

VAC: Valor actual de la inversión inicial

RELACIÓN BENEFICIO COSTO \$ 2.04

La relación beneficio costo permite distinguir el valor a ganar por cada dólar de inversión se obtiene 1.04.

5.13 Período de Recuperación

“Es una medida de evaluación simple, que indica el tiempo en el que la inversión del proyecto se va a recuperar a través de las utilidades que arroje el mismo.

Se sugiere la aplicación del siguiente indicador” (Punina, 2019).

Los resultados de esta relación se identificara como el número de períodos en que se recupera la inversión.

	0	1	2	3	4	5
SALDO FINAL DE CAJA	- \$26.002,17	\$25.972,58	\$31.394,44	\$ 36.451,93	\$41.408,13	\$ 47.431,40
SALDO FINAL DE CAJA ACTUALIZADO	- \$26.002,17	\$23.834,18	\$26.437,66	\$ 28.169,28	\$29.364,73	\$ 30.866,78
SALDO FINAL DE CAJA ACUMULADO	- \$26.002,17	-\$2.167,99	\$24.269,67	\$ 52.438,95	\$81.803,68	\$112.670,46

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor.

Análisis

Dentro de la siguiente tabla podemos observar el periodo de recuperación que se obtendrá a partir del segundo año con respecto a la inversión establecida.

6 BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, M. (2021). *quickbooks*. Obtenido de <https://quickbooks.intuit.com/mx/recursos/controla-tu-negocio/cuanto-cuesta-adquirir-un-software-de-contabilidad/>
- Atik, D. (2020). *nubox*. Obtenido de <https://blog.nubox.com/software/soporte-tecnico-cliente>
- Chambi Zambra, G. (2012 de 04 de 2012). *mailxmail*. Obtenido de http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h
- COMPAÑIAS, S. D. (s.f.). *SAS.pdf*. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>
- Cordero, J. (2011). *Universidad de Cuenca*. Obtenido de Universidad de Cuenca: chrome-extension://oemmnadbldboiebfnladdacbfmadadm/<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20%283%29.pdf>
- EDU. (2016). Obtenido de EDU.
- Espinoza, J. A. (Octubre de 2016). *dspace*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/13028/1/UPS-CT006778.pdf>
- Galán, J. S. (2021). *economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html#:~:text=La%20demanda%20potencial%20es%20un,dada%20una%20serie%20de%20condiciones.&text=Las%20empresas%20persiguen%20principalmente%20conocer,aquel%20producto%20que%20pretenda%20introducir>.
- Gomez, D. (24 de septiembre de 2013). *BLOG BIEN PENSADO*. Obtenido de <https://bienpensado.com/por-que-la-experiencia-importa/>
- Jacome, H., & Varela, M. (17 de Septiembre de 2011). *FLACSO - MIPRO*. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/9p6suz41iwop5nwho5md09dzz7jkps.pdf>
- López, M. (2010). *Universidad Católica del Norte*. Obtenido de Universidad Católica del Norte: chrome-extension://oemmnadbldboiebfnladdacbfmadadm/<https://www.ucn.edu.co/Biblioteca%20Institucional%20Cemav/Induccion-institucion/documentos/Normas-de-seguridad.pdf>
- NOBEL, J. (Julio de 2016). *BLOGGER* . Obtenido de <http://electrodomesticosymasdetodo.blogspot.com/p/blog-page.html>
- Punina, J. (01 de Septiembre de 2019). *SCRIBD*. Obtenido de

<https://es.scribd.com/document/423967379/MANUAL-DE-FORMA-PARA-LA-ELABORACION-DEL-PLAN-DE-NEGOCIOS>

Quito, G. A. (11 de 02 de 2021). *PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>

SENADI, S. N. (15 de 06 de 2020). *PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS*. Obtenido de <https://www.gob.ec/senadi/tramites/registro-marcas-productos-servicios-unico-personas-naturales-juridicas-sean-nacionales-extranjeras>

Westreicher, G. (30 de mayo de 2020). Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/entorno-empresarial.html>

Westreicher, G. (25 de abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>

Zambrana, G. C. (26 de abril de 2012). *mailxmail.com*. Obtenido de mailxmail.com: http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h

Zapata, C. (julio de 2005). *DYNA*. Obtenido de DYNA: chrome-extension://oemmnadbldboiebfnladdacbfmadadm/<https://www.redalyc.org/pdf/496/49614608.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMERICA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

Objetivo: Creación de una empresa de reparación y mantenimiento de línea blanca para el sector comercial.

Instrucciones: Se presenta una serie de preguntas las cuales usted debe responder, marcando con una x.

• INFORMACION PRIMARIA

○ ENCUESTA

1.- ¿Conoce sobre el servicio de reparación y mantenimiento de línea blanca (electrodomésticos)?

SI NO

2. - ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por la revisión de su equipo?

\$5 \$10 \$15

3. - ¿Sabía usted que al realizar mantenimiento de sus equipos tienden a que sus daños sean menos perjudiciales?

SI NO

4. - ¿Con que frecuencia realiza el mantenimiento de sus equipos?

Cada 6 meses Cada año Cada dos años

5. - ¿Qué equipos suelen dar problemas con frecuencia?

Equipos de refrigeración y congelación

Equipos de cocina

Equipos de climatización

6. - ¿Usted ha tenido problemas al contratar un servicio técnico?

SI NO

7. - ¿Qué tipo de problema identifico al realizar la contratación del servicio?

No tuvieron una respuesta inmediata al comunicarse

No tuvo garantía del trabajo y se le daño rápidamente

Se demoraron demasiado tiempo en arreglar el equipo

8.- ¿Contrataría servicio de mantenimiento a través de una membresía?

SI NO

9.- ¿Al momento de contratar el servicio, por qué medios le gustaría realizarlo?

Mediante página web

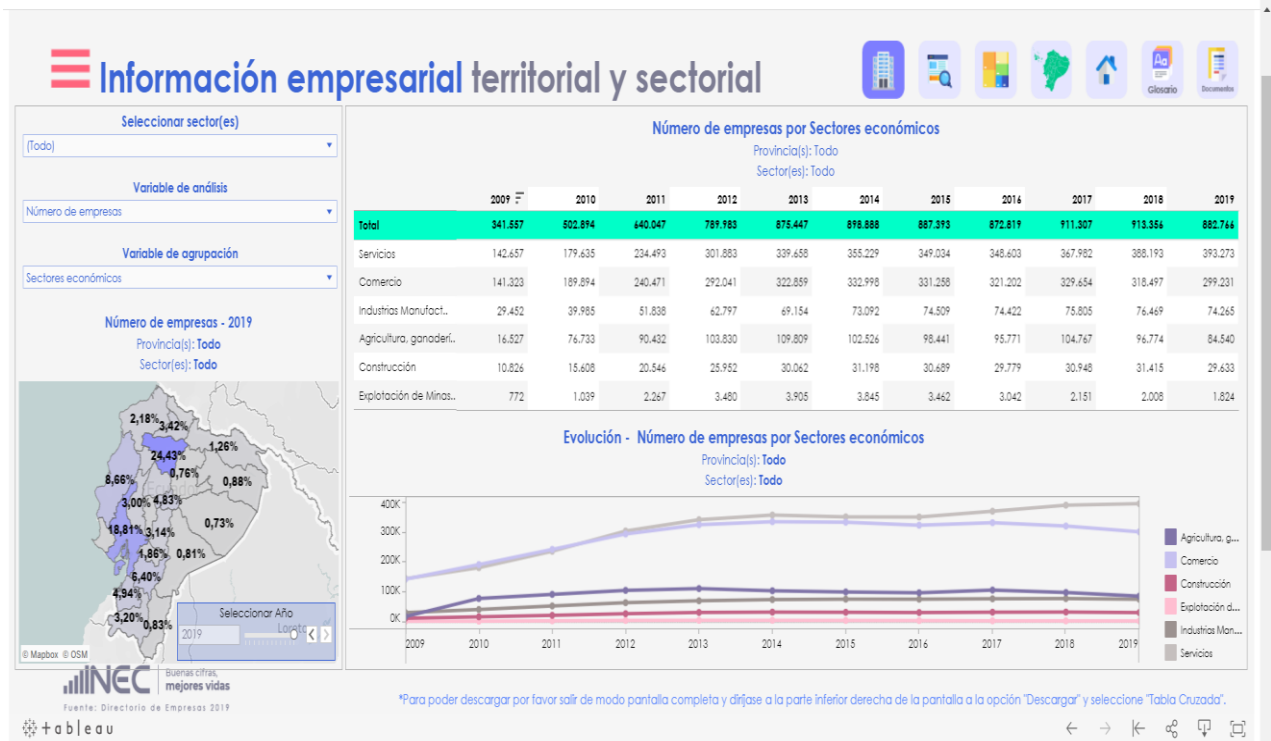
Mediante llamadas telefónicas

Mediante redes sociales

10.- ¿Por qué tiempo usted contrataría una membresía?

6 meses 1 año 2 años

Anexo 2: Información empresarial territorial y sectorial



Detalles

Anexo 3: Información cantonal



Anexo 4: Tasa de crecimiento empresarial



Principales Conclusiones

1. Número de empresas (Densidad empresarial)

- Personas naturales 83,7% Microempresas 89,6%

Ecuador un país de micro y pequeñas empresas

Distribución de empresas: Quito 19% Guayaquil 14%

2. Tasa de crecimiento de Ventas 2009-2012

- Tasa Nacional: **13,7%**

Quito **15,2%** Guayaquil **11,9%**

- Tasa crecimiento nacional ventas internas **13,7,%**
- Tasa de crecimiento nacional ventas externas **13,8%**

3. Tasa de crecimiento de afiliación 2009-2012

- Tasa Nacional: 13,57%

Quito **12,48 %** Guayaquil **11,96%**
