



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS OCASIONALES ORIENTADOS AL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN MEDIANTE UNA APLICACIÓN MÓVIL EN LA PARROQUIA DE CUMBAYÁ, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2020.

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

Autor:

Jean Pierre Michelena Velásquez

Tutor/a:

MSc. María Fernanda Becerra

QUITO-ECUADOR

2021

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

Yo, Michelena Velásquez Jean Pierre declaro ser autora del Trabajo de Proyecto integrador con el nombre: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS OCASIONALES ORIENTADOS AL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN MEDIANTE UNA APLICACIÓN MÓVIL EN LA PARROQUIA DE CUMBAYÁ, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2020” 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 seis días del mes de julio de 2021, firmo conforme:

Autor: Michelena Velásquez Jean Pierre



Firma:

Número de Cédula: 172103802-2

Dirección: Pichincha, Quito.

Correo Electrónico: jmichelena1993@outlook.es

Teléfono: 0984671935

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS OCASIONALES ORIENTADOS AL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN MEDIANTE UNA APLICACIÓN MÓVIL EN LA PARROQUIA DE CUMBAYÁ, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2020”, presentado por Michelena Velásquez Jean Pierre, para optar por el Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios.

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, de del 2021



.....

Ing. María Fernanda Becerra MSc

TUTORA

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 Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, ...2021



.....
Jean Pierre Michelena Velásquez

172103802-2

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 SERVICIOS OCASIONALES ORIENTADOS AL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN MEDIANTE UNA APLICACIÓN MÓVIL EN LA PARROQUIA DE CUMBAYÁ, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2020”, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, de de 2021

Para constancia firman



.....
ING. MARCELO RÍOS M.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....
ANDRÉS PALACIO, MBA.
VOCAL



.....
ECON. MERCEDES GALARRAGA C. MBA
VOCAL

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres Ramiro y Margarita, quienes son los pilares de lo que soy, a mi hermano Estéfano en quién siempre puedo contar, a mi novia Tatiana quien siempre tiene la palabra justa para motivarme, dedico a todo a quien creyó en mí, dedico este trabajo a todas esas personas que están en situación de desempleo, espero que proyectos disruptivos como éste se multipliquen y generen propuestas de valor para la sociedad y así, lograr el bien común, finalmente dedico este trabajo a mí, a las noches de desvelo y al esfuerzo que requiere llegar aquí.

AGRADECIMIENTO

Para mi madre, quien me dio la vida y me motivo cuando más la necesitaba, a mi padre, quien me enseñó a esforzarme y a trabajar por lo que quiero, a mi hermano a quien admiro, a mi novia, por su amor incondicional y ser mi mayor motivación, a mis abuelos, familia y amigos quienes creyeron en mí y a las personas que se encuentran desempleadas, quienes fueron mi motor para el desarrollo de esta propuesta.

Gracias

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	IV
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN EJECUTIVO	XVI
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
1. MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN.....	3
1.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO	3
1.2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	3
1.2.1. FUNDAMENTACIÓN DEL SERVICIO O PRODUCTO.....	3
1.2.2. TABLA DE CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	3
1.3. MERCADO	4
1.3.1. PÚBLICO OBJETIVO DE SU SERVICIO.....	4
1.3.2. DEMANDA POTENCIAL	25
1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE	26
1.4.1. ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE.....	26
1.4.2. ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE	27
1.4.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.	30
1.5. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	31
1.6. DISEÑO DE MARCA (BRANDING)	32
1.7. ESTRATEGIAS DE MARKETING	33

1.8. PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ	34
1.9. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN	35
1.10. SEGUIMIENTO DE CLIENTES	37
1.11. ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS.....	38
CAPITULO II	39
2. OPERACIONES.....	39
2.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO	39
2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	39
2.2.1. DESCRIPCIÓN DE PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DEL BIEN O SERVICIO.....	39
2.2.2. DESCRIPCIÓN DE INSTALACIONES, EQUIPOS Y PERSONAS.....	40
2.2.3. TECNOLOGÍA A APLICAR.....	45
2.2.4. FACTORES QUE AFECTAN LAS OPERACIONES.....	46
2.3. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	47
2.3.1. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN FUTURA.	47
2.4. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	48
2.4.1. ESPECIFICACIÓN DE MATERIAS PRIMAS Y GRADO DE SUSTITUCIÓN QUE PUEDEN PRESENTAR.	48
2.5. CALIDAD	49
2.5.1. MÉTODO DE CONTROL DE CALIDAD.....	49
2.6. NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO	50
2.6.1. SEGURIDAD E HIGIENE OCUPACIONAL.....	50
CAPITULO III.....	52
3. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	52
3.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO	52

3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	52
3.2.1. VISIÓN DE LA EMPRESA.	52
3.2.2. MISIÓN DE LA EMPRESA.	52
3.2.3. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS	52
3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	57
3.3.1. ORGANIZACIÓN INTERNA.	57
3.3.2. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.....	58
3.4. CONTROL DE GESTIÓN	63
3.4.1. INDICADORES DE GESTIÓN.	63
3.5. NECESIDADES DE PERSONAL.....	65
CAPITULO IV	66
4. JURÍDICO LEGAL	66
4.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO	66
4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	66
4.3. REGISTROS DE MARCAS.....	68
4.4. LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES	
70	
CAPITULO V	75
5. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	75
5.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	75
5.2. PLAN DE INVERSIONES	75
5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	78
5.3.1. MANO DE OBRA.....	78
5.3.2. DEPRECIACIÓN	79
5.3.3. PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN	82

5.3.4.	DETALLE DE COSTOS	82
5.3.5.	PROYECCIÓN DE COSTOS	83
5.3.6.	DETALLE DE GASTOS	85
5.3.7.	PROYECCIÓN GASTOS	87
5.4.	PLAN DE FINANCIAMIENTO	92
5.4.1.	FORMA DE FINANCIAMIENTO	92
5.5.	CÁLCULO DE INGRESOS	92
5.5.1.	PROYECCIÓN DE INGRESOS	95
5.6.	PUNTO DE EQUILIBRIO	99
5.7.	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	101
5.8.	FLUJO DE CAJA	102
5.9.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	104
5.9.1.	INDICADORES	104
	BIBLIOGRAFÍA.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	4
TABLA 2 CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS.....	5
TABLA 3 DIMENSIÓN CONDUCTUAL	5
TABLA 4 DIMENSIÓN GEOGRÁFICA	6
TABLA 5 DIMENSIÓN DEMOGRÁFICA.....	7
TABLA 6 OBJETIVO ESPECÍFICO 1	8
TABLA 7 OBJETIVO ESPECÍFICO 2	9
TABLA 8 OBJETIVO ESPECÍFICO 3	9
TABLA 9 INTEGRACIÓN GRUPO FAMILIAR.....	11
TABLA 10 REALIZACIÓN DE PAGOS	12
TABLA 11 LUGAR DE PREFERENCIA DE COMPRA.....	13
TABLA 12 FRECUENCIA DE COMPRA	14
TABLA 13 GASTO MENSUAL POR SERVICIOS OCASIONALES.....	15
TABLA 14 FORMA DE PAGO.....	16
TABLA 15 CONOCIMIENTO DE SERVICIO SIMILAR.....	17
TABLA 16 DISPOSICIÓN DE SOLICITAR SERVICIOS INFORMALES	18
TABLA 17 SERVICIOS REQUERIDOS POR EL USUARIO.....	19
TABLA 18 EDAD.....	21
TABLA 19 OPORTUNIDAD PARA REDUCIR EL DESEMPLEO EN QUITO.....	22
TABLA 20 ADQUISICIÓN PLAN DE DATOS	23
TABLA 21 COBRO DE PORCENTAJE POR SERVICIO	24
TABLA 22 DEMANDA POTENCIAL.....	25
TABLA 23 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO	27
TABLA 24 OFERTA DE LA COMPETENCIA.....	30
TABLA 25 PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	30
TABLA 26 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	31
TABLA 27 MIX DE MARKETING.....	33
TABLA 28 SEGUIMIENTO CLIENTES	37
TABLA 29 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS.....	43
TABLA 30 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS DE CÓMPUTO.....	43

TABLA 31 DESCRIPCIÓN DE MUEBLES DE OFICINA Y ENSERES	44
TABLA 32 DESCRIPCIÓN DE PERSONAS.....	45
TABLA 33 PRODUCCIÓN DIARIA, SEMANAL, MENSUAL Y ANUAL.	47
TABLA 34 PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN A 5 AÑOS.....	47
TABLA 35 CHECKLIST.....	49
TABLA 36 DIAGRAMA DE PARETO	50
TABLA 37 ANÁLISIS FODA	52
TABLA 38 MATRIZ EFI	53
TABLA 39 MATRIZ EFE	54
TABLA 40 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ANUALES.....	56
TABLA 41 DESCRIPCIÓN DE PUESTO GERENTE GENERAL	58
TABLA 42 PERFIL DE PUESTO JEFE ADMINISTRATIVO	59
TABLA 43 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO JEFE DE OPERACIONES	61
TABLA 44 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO ASESOR DE VENTAS	62
TABLA 45 INDICADORES DE GESTIÓN POR DEPARTAMENTO	63
TABLA 46 NECESIDADES DE PERSONAL.....	65
TABLA 47 REQUISITOS PARA CONSTITUIR UNA SAS.....	66
TABLA 48 PASOS PARA CONSTITUIR UNA SAS.....	67
TABLA 49 PROCESO PARA EL REGISTRO DE MARCAS.....	68
TABLA 50 TRÁMITE PARA EL REGISTRO DE LA MARCA.....	69
TABLA 51 REQUISITOS PARA OBTENER LA LUAE	73
TABLA 52 PASOS PARA OBTENER LA LUAE.....	74
TABLA 53 PLAN DE INVERSIONES	75
TABLA 54 CAPITAL DE TRABAJO	76
TABLA 55 ROL DE PAGO ADMINISTRATIVO.....	78
TABLA 56 PROVISIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO Y VENTAS	79
TABLA 57 DEPRECIACIÓN	80
TABLA 58 PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN	82
TABLA 59 DETALLE DE COSTOS	82
TABLA 60 PROYECCIÓN DE COSTOS AÑOS 1 Y 2	83
TABLA 61 PROYECCIÓN DE COSTOS AÑOS 3, 4 Y 5	84

TABLA 62 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	85
TABLA 63 GASTOS DE VENTAS.....	86
TABLA 64 GASTOS FINANCIEROS.....	86
TABLA 65 PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS AÑOS 1 Y 2.....	88
TABLA 66 PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS AÑOS 3, 4 Y 5.....	89
TABLA 67 PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTAS AÑOS 1 Y 2.....	90
TABLA 68 PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTAS AÑOS 3, 4 Y 5.....	90
TABLA 69 PROYECCIÓN DE GASTOS FINANCIEROS AÑOS 1 Y 2.....	91
TABLA 70 PROYECCIÓN DE GASTOS FINANCIEROS AÑOS 3, 4 Y 5.....	91
TABLA 71 FORMA DE FINANCIAMIENTO.....	92
TABLA 72 CÁLCULO DE INGRESO MENSUAL.....	93
TABLA 73 CÁLCULO DE INGRESO ANUAL.....	94
TABLA 74 PROYECCIÓN DE INGRESOS AÑO 1 Y 2.....	96
TABLA 75 PROYECCIÓN INGRESOS AÑOS 3, 4 Y 5.....	97
TABLA 76 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	100
TABLA 77 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	101
TABLA 78 FLUJO DE CAJA.....	102
TABLA 79 CÁLCULO DE TMR.....	104
TABLA 80 VAN-TIR.....	105
TABLA 81 RELACIÓN BENEFICIO - COSTO.....	106
TABLA 82 PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	107

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 NIVEL SOCIOECONÓMICO	6
FIGURA 2 INTEGRACIÓN GRUPO FAMILIAR.....	11
FIGURA 3 REALIZACIÓN DE PAGOS	12
FIGURA 4 LUGAR DE PREFERENCIA DE COMPRA	13
FIGURA 5 FRECUENCIA DE COMPRA	14
FIGURA 6 GASTO MENSUAL POR SERVICIOS OCASIONALES.....	15
FIGURA 7 FORMA DE PAGO.....	17
FIGURA 8 CONOCIMIENTO DE SERVICIO SIMILAR.....	18
FIGURA 9 DISPOSICIÓN DE SOLICITAR SERVICIOS INFORMALES	19
FIGURA 10 SERVICIOS REQUERIDOS POR EL USUARIO.....	20
FIGURA 11 EDAD.....	21
FIGURA 12 OPORTUNIDAD PARA REDUCIR EL DESEMPLEO EN QUITO.....	22
FIGURA 13 ADQUISICIÓN PLAN DE DATOS	23
FIGURA 14 COBRO DE PORCENTAJE POR SERVICIO	24
FIGURA 15 DEMANDA POTENCIAL.....	26
FIGURA 16 PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	31
FIGURA 17 LOGOTIPO.....	32
FIGURA 18 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN	35
FIGURA 19 MAPA DE PROCESOS	39
FIGURA 20 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ADQUISICIÓN DEL SERVICIO	40
FIGURA 21 MAPA DE UBICACIÓN DE INSTALACIONES	41
FIGURA 22 PLANO DE DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES LA CHAUCHA	42
FIGURA 23 DIAGRAMA DE PARETO	50
FIGURA 24 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	57
FIGURA 25 ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	58
FIGURA 26 REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y TRIBUTARIAS.....	70
FIGURA 27 PASOS PARA OBTENER EL RUC	71

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

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS OCASIONALES ORIENTADOS AL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN MEDIANTE UNA APLICACIÓN MÓVIL EN LA PARROQUIA DE CUMBAYÁ, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2020”.

AUTOR: Michelena Velásquez Jean Pierre

TUTOR: Ing. María Fernanda Becerra MSc.

RESUMEN EJECUTIVO

La Chaucha nace a partir de principios del año 2020, debido a los altos índices de subempleo y empleo informal del Ecuador. Al transitar por las calles de Quito se puede observar que muchas personas pasan en la calle con carteles, anuncios, o al grito ofreciendo sus servicios de mano de obra enfocados al sector de la construcción. Mediante una investigación de campo se pudo realizar encuestas a una muestra de la población de la parroquia de Cumbayá, como resultado se obtuvo información relevante para el desarrollo de este plan de negocios.

Con estos antecedentes, La Chaucha pretende mejorar las oportunidades de empleo del sector informal del Ecuador, con herramientas digitales que permitan conectar al trabajador con clientes que requieran sus servicios, mejorando no solo sus ingresos, sino la calidad de vida de los propios trabajadores y de sus familias.

Dentro del área de mercado y comercialización se logró determinar el mercado objetivo al cual se ofertará dichos servicios, donde La Chaucha podrá captar el 75% de la demanda insatisfecha dentro de este mercado.

Finalizando el estudio financiero, se determina la viabilidad de La Chaucha, brindando resultados favorables, entre ellos la tasa interna de retorno (TIR), representando un 88% con una inversión inicial de \$ 31.909,15. De esta manera se puede concluir que el proyecto es favorable para la inversión propuesta.

Palabras clave: Construcción, servicios, informalidad, reinserción, laboral, aplicación, móvil.

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

THEME: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF AN OCCASIONAL SERVICES COMPANY ORIENTED TO THE CONSTRUCTION SECTOR THROUGH A MOBILE APPLICATION IN THE PARISH OF CUMBAYÁ, METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO, YEAR 2020."

AUTHOR: Michelena Velásquez Jean Pierre

TUTOR: Ing. María Fernanda Becerra MSc.

ABSTRACT

La Chaucha was born from the beginning of 2020, due to the high rates of underemployment and informal employment in Ecuador. When walking through the streets of Quito, it can be observed that many people pass in the street with posters, advertisements, or shouting offering their labor services focused on the construction sector. Through a field investigation, it was possible to carry out surveys to a sample of the population of the Cumbayá parish, as a result, relevant information was obtained for the development of this business plan.

With this background, La Chaucha aims to improve the employment opportunities of the informal sector in Ecuador, with digital tools that allow the worker to connect with clients who require its services, improving not only their income, but also the quality of life of the workers themselves and of your families.

Within the market and commercialization area, it was possible to determine the target market to which these services will be offered, where La Chaucha will be able to capture 75% of the unsatisfied demand within this market.

At the end of the financial study, the viability of La Chaucha is determined, providing favorable results, including the internal rate of return (TIR), representing 88% with an initial investment of \$ 31,909.15. In this way, it can be concluded that the project is favorable for the proposed investment.

Keywords: Construction, informality, services, labor, reinsertion, mobile, application.

INTRODUCCIÓN

La empresa La Chaucha pretende incursionar en el mercado nacional, con servicios orientados a la construcción, como, por ejemplo: Albañilería, plomería, pintura, electricidad e instalaciones generales a domicilio. El presente plan de negocios se ha desarrollado en base los siguientes capítulos:

Capítulo I: Determinar la oferta y demanda insatisfecha de servicios de construcción mediante el estudio de mercado, así como encuestas realizadas al grupo focal.

Capítulo II: Desarrollar un lineamiento de procesos plasmados en un flujograma donde describa las actividades a cumplir para la ofertar del servicio, el mismo estará sujeto a control por medio de indicadores. Se definirá los recursos necesarios para la producción, así como la capacidad para abastecer las necesidades del mercado objetivo.

Capítulo III: Se describirá la estructura de la organización, mediante la definición de perfiles de puestos resaltando las fortalezas, brindando solución a las debilidades, aprovechando las oportunidades y minimizando las amenazas mediante el análisis FODA. Por otro lado, se establecerá la misión y visión de la organización.

Capítulo IV: Determinar bajo qué estructura legal se registrará La chaucha, los procesos legales de constitución que debe cumplir bajo el marco de la ley, así como los lineamientos internos con los que se regirá la organización.

Capítulo V: Determinar la viabilidad de la propuesta de negocio mediante indicadores y estados financieros como el VAN, TIR, Beneficio costo, punto de equilibrio y el estado de resultados.

OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios con el objeto de establecer la viabilidad de diseñar una aplicación móvil para ofertar servicios ocasionales orientados al sector de la construcción brindando seguridad y un amplio portafolio de servicios que se adapte a las necesidades del usuario.

Objetivos Específicos

- Analizar el segmento de mercado del sector de la construcción para determinar estrategias de marketing eficaces para dar a conocer el servicio ofertado mediante una aplicación móvil.
- Gestionar el proceso de la atención al cliente mediante el control y planificación de estándares de calidad del servicio de La chaucha.
- Determinar la visión y misión de La Chaucha, así como su estructura organizacional y sus objetivos estratégicos aplicables a la aplicación móvil.
- Describir la figura legal, normativa, reglamento interno vigentes para la ciudad de Quito para la creación de La Chaucha.
- Describir los elementos necesarios para la funcionalidad de la empresa demostrando su sostenibilidad económica.

CAPITULO I

1. Mercado y Comercialización

1.1. Objetivo del Capítulo

Analizar el segmento de mercado del sector de la construcción para determinar estrategias de marketing eficaces para dar a conocer el servicio ofertado mediante una aplicación móvil.

1.2. Antecedentes investigativos del producto o servicio

1.2.1. Fundamentación del Servicio o Producto.

La Chaucha es una plataforma digital de E-commerce para ofrecer servicios enfocados al sector de la construcción, en “La chaucha” se encontrará diferentes opciones de prestaciones de servicios, los que el usuario según requiera podrá contactarse con el servidor que el prefiera, ya que cada usuario contará con un perfil en el cual se podrá encontrar las funciones que pueda desempeñar el ofertante, así como los reviews de trabajos realizados con anterioridad para acreditar la calidad en su trabajo.

En la actualidad en el sector informal no se han realizado propuestas que contribuyan a una mejora en la economía de las personas, las cuales ofrecen sus servicios en las calles. La economía del Ecuador; actualmente pasa por una crisis económica grave, y los más afectados son la clase baja y media baja ya que en estos estratos se encuentra el mayor porcentaje de ecuatorianos con la posibilidad de emplearse, pero forman parte con un 22,3% en el subempleo, y un 5,7% de un gran número de ecuatorianos que tienen la posibilidad de emplearse forman parte del desempleo.

1.2.2. Tabla de características del producto o servicio

Tabla 1

Características del Servicio

Características	Beneficios
Integración con redes sociales	Facilita el proceso de registro e información útil.
Permite comentarios del usuario	Retroalimentación para la mejora continua.
Integración de In-app protection	Brindar seguridad al usuario
Visibilidad en IOS y Android	Captación de mayor mercado

“La chaucha” es una plataforma que brindará el servicio de electricidad, gasfitería, instalaciones, cerrajería, limpieza, jardinería, pintura y albañilería; servicios pensados en dar solución a las diferentes necesidades del ecuatoriano, que desde sus hogares podrán dar uso de estos.

1.3. Mercado

1.3.1. Público objetivo de su servicio

El mercado que se va a tocar en general corresponde a la población económicamente activa de la parroquia de Cumbayá, correspondiente a hombres y mujeres de edades comprendidas entre 20 a 65 años.

La chaucha es aplicación móvil que reúne trabajo informal para adecuarlo en una plataforma que ayuda al ofertante como al demandante el beneficiarse por el servicio.

Las oportunidades que un cliente llegue a solicitar sus servicios al día son muy escasas, no solo genera que estos trabajadores sean explotados de manera que el cliente pague lo que se le convenga, sino genera también que parte de estos trabajadores, en vista de que conseguir realizar un trabajo al día sea tan nulo, se reúnen en las calles para realizar cualquier otra actividad, como dedicarse al alcohol, ocio, vicios de estupefacientes, entre otros.

1.3.1.1. CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS

En las siguientes tablas se determinará los sujetos que mantendrán una relación directa e indirecta con la organización.

Tabla 2*Categorización de Sujetos*

CATEGORÍA	SUJETO
¿QUIÉN COMPRA?	Familias pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B, C+
¿QUIÉN USA?	Familias pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B, C+
¿QUIÉN DECIDE?	Familias pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B, C+
¿QUÉ INFLUYE?	Necesidad de solucionar cierto problema relacionado con la construcción. (Amigos, conocidos, familiares, personas que ya han hecho uso del servicio).

1.3.1.2. ESTUDIO DE SEGMENTACIÓN

Se identificó el mercado geográfico que va a tocar el servicio que ofrece La Chaucha.

Tabla 3*Dimensión Conductual*

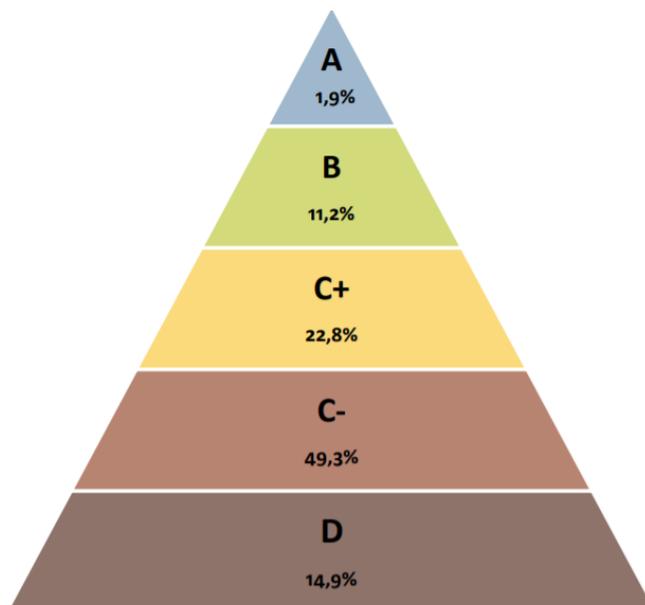
VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	Seguridad
TIPO DE COMPRA:	Comparación, minorista
RELACION CON LA MARCA:	Si
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva

Tabla 4*Dimensión Geográfica*

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	N° VIVIENDAS
País	Ecuador	1'641.211
Cantón	Quito	277.822
Ciudad urbana y rural	Cumbayá	3918

Fuente: (INEC, 2021)

Para determinar la dimensión geográfica se ha tomado en cuenta el tipo de vivienda y el nivel socioeconómico de las familias que ocupan el área rural de Cumbayá. Por lo cual se toma de referencia el nivel socioeconómico A, B y C+ que corresponde al 35,9% del total de viviendas. La siguiente gráfica hace referencia al nivel socioeconómico.

Figura 1*Nivel Socioeconómico*

Fuente: (INEC, 2021)

Tabla 5*Dimensión Demográfica*

VARIABLE	DESCRIPCION	VIVIENDAS
NIVEL SOCIOECONÓMICO A	Representan el 1,9% del total de viviendas de Cumbayá	207
NIVEL SOCIOECONÓMICO B	Representan el 11,2% del total de viviendas de Cumbayá	1222
NIVEL SOCIOECONÓMICO C+	Representan el 22,8% del total de viviendas de Cumbayá	2488

Fuente: (INEC, 2021)

1.3.1.3. PLAN DE MUESTREO

Para obtener la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2}$$

$$Z^2 * P * Q + Ne^2$$

n= → Tamaño de la muestra

Z= 1,96 → Nivel de confianza 95%

P= 0,5 → Probabilidad de ocurrencia)

Q= 0,5 → Probabilidad de no ocurrencia

e= 0,05 Error de la muestra

N= 3918 Tamaño población o universo (Número total de viviendas correspondientes a nivel socioeconómico A, B Y C+ en la parroquia de Cumbayá)

Viviendas de Cumbayá: 3918

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

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 3918}{0,05^2 * (3918 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

n= 365,94 El tamaño de la muestra es de 366.

1.3.1.4. INSTRUMENTOS PARA RECOPIRAR INFORMACIÓN

Cada cuadro de necesidades se obtiene a partir de los objetivos planteados al inicio del capítulo se sugiere que sean al menos tres (3): 1. Uno que refiera la creación de un plan de mercadeo anual para incrementar el índice de ventas 2. Que refiera al establecer políticas de difusión de los beneficios de “La chaucha”. 3. Disponer de servicio al cliente de calidad con rápida respuesta.

Objetivo Específico 1: Crear un plan de mercadeo anual para incrementar el índice de ventas.

Tabla 6

Objetivo Específico 1

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTE	INSTRUMENTOS
Realizar un estudio de mercado	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Definir la demanda insatisfecha	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Consumidor	Encuesta

Objetivo Específico 2: Implementar campañas publicitarias en redes sociales.

Tabla 7

Objetivo Específico 2

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTE	INSTRUMENTOS
Establecer método de publicidad	Primaria	Consumidor	Encuesta
Desarrollar un plan de marketing digital	Primaria	Consumidor	Encuesta
Definir canales de difusión de información	Primaria	Consumidor	Encuesta

Objetivo Específico 3: Determinar la oferta potencial para determinar la viabilidad de la aplicación móvil.

Tabla 8

Objetivo Específico 3

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTE	INSTRUMENTOS
Determinar el mercado potencial	Secundaria	Libros	Servicios agrupados

1.3.1.5. DISEÑO Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

DESARROLLO DE INSTRUMENTOS

INFORMACIÓN SECUNDARIA

- **BANCOS DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES**

REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO

El diseñar un correcto estudio de mercado facilita el proceso de creación de la empresa, por medio de la verificación de la viabilidad en el mercado a implementarse.

DEFINIR LA DEMANDA INSATISFECHA

Se denomina demanda no cubierta por el mercado y demanda que el proyecto puede satisfacer al menos parcialmente, es decir, cuando la demanda es mayor que la oferta, la demanda no se puede satisfacer.

- **SERVICIOS AGRUPADOS**

DETERMINAR EL MERCADO POTENCIAL

La determinación del mercado potencial ayuda a generar canales correctos de difusión como de mercadeo para que el mensaje de la marca llegue al nicho de mercado.

INFORMACION PRIMARIA

- **ENCUESTA**

GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES

Por medio de la encuesta se obtendrán datos válidos y verídicos que son un reflejo del comportamiento de la sociedad, así generar una campaña publicitaria adecuada para llegar de manera óptima con los usuarios.

1.3.1.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Una vez realizada la encuesta, los datos fueron tabulados con la finalidad de conocer la opinión de los individuos en cuanto a la oferta de servicios de construcción por medio de una aplicación móvil.

- 1. Indique el número de personas que integran su grupo familiar:**

Tabla 9

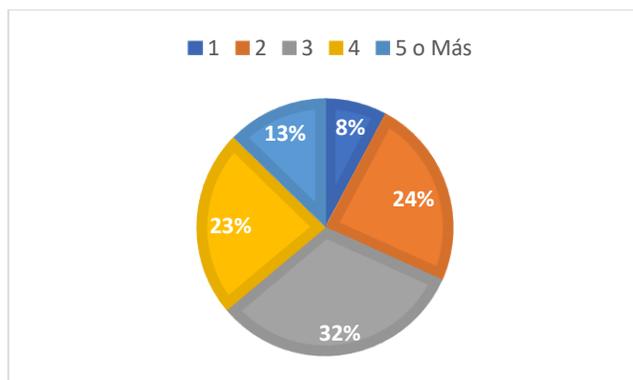
Integración Grupo Familiar

VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES (%)
1	29	7,80%
2	87	23,90%
3	118	32,20%
4	86	23,40%
5 o Más	46	12,70%
TOTAL	366	100,00%

Fuente: Encuesta

Figura 2

Integración Grupo Familiar



Fuente: Tabla 9

INTERPRETACIÓN

En la ciudad de Quito se evidencia con un 32,2% familias que se conforman por 3 personas, le sigue un 23,4% familias de 4 personas. Con esta información conocemos el número mayoritario de miembros familiares los cuáles podrían ser potenciales usuarios.

ANÁLISIS

De los resultados obtenidos se puede observar que el grupo familiar por mayor número de integrantes es de 3 con un 32,20%.

2. ¿Quién realiza pagos por servicios ocasionales orientados a la construcción?

Tabla 10

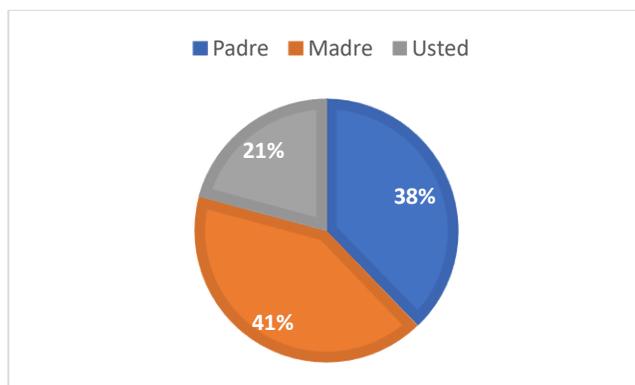
Realización de Pagos

VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES (%)
Padre	138	37,80%
Madre	152	41,40%
Usted	76	20,80%
TOTAL	366	100,00%

Fuente: Encuesta

Figura 3

Realización de Pagos



Fuente: Tabla 10

INTERPRETACIÓN

Con una mayoría del 41,4% los pagos por servicios informales orientados a la construcción, lo realiza la madre, a esto le sigue el padre, por lo que son los miembros familiares que tienen mayor porcentaje de compra.

ANÁLISIS

De los resultados obtenidos se puede observar que la madre es el integrante familiar con mayor intención de compra.

3. El lugar de preferencia al obtener el servicio informal es:

Tabla 11

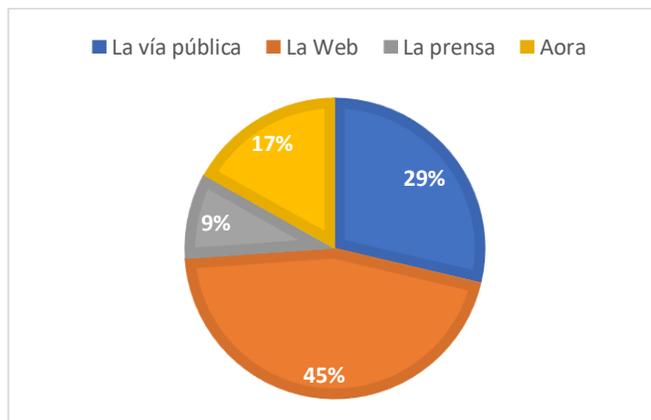
Lugar de Preferencia de Compra

VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES (%)
La vía pública	105	28,70%
La Web	165	45,20%
La prensa	34	9,20%
Aora	62	16,90%
TOTAL	366	100,00%

Fuente: Encuesta

Figura 4

Lugar de Preferencia de Compra



Fuente: Tabla 11

INTERPRETACIÓN

En su mayoría los quiteños adquieren sus servicios informales desde La Web con un 45,1%, le sigue un 28,7% aquellos residentes de la ciudad de Quito que se desenvuelven en la vía pública.

ANÁLISIS

De los resultados obtenidos se puede observar que el medio de adquisición de servicios de construcción es por medio la Web.

4. ¿Con qué frecuencia solicita servicios informales (Albañilería, Electricista, Plomería, Pintor)?

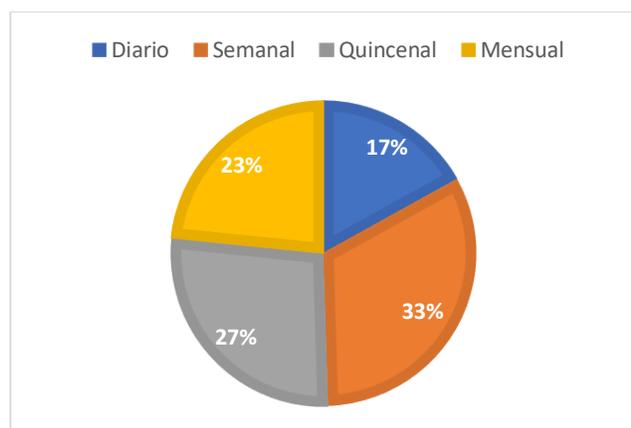
Tabla 12

Frecuencia de Compra

VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES (%)
Diario	62	16,90%
Semanal	119	32,60%
Quincenal	99	27,10%
Mensual	86	23,40%
TOTAL	366	100,00%

Figura 5

Frecuencia de Compra



Fuente: Tabla 12

INTERPRETACIÓN

Con una mayoría del 32,6% lidera las compras semanales, por lo que podemos guiarnos para la proyección de ingresos de La chaucha.

ANÁLISIS

De los resultados obtenidos se puede observar que los habitantes suelen adquirir servicios de construcción mayoritariamente semanalmente.

5. ¿Cuánto gasta por concepto de servicios de construcción mensualmente?

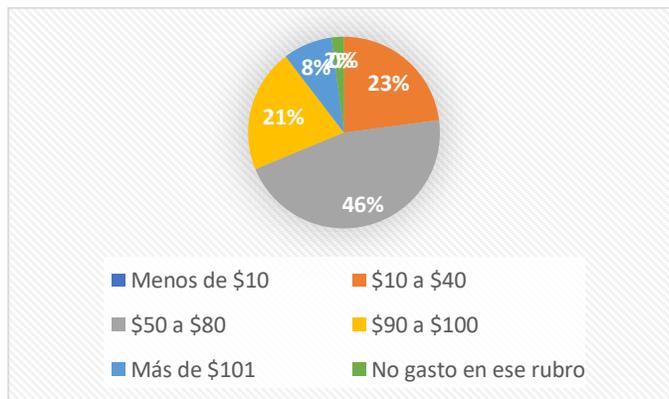
Tabla 13

Gasto Mensual por Servicios Ocasionales

<i>Variable</i>	<i>Numero</i>	<i>Porcentaje</i>
Menos de \$10	0	0,0%
\$10 a \$40	84	22,9%
\$50 a \$80	168	45,8%
\$90 a \$100	76	20,8%
Más de \$101	30	8,3%
No gasto en ese rubro	8	2,1%
Total encuestas	366	100%

Figura 6

Gasto Mensual por Servicios Ocasionales



Fuente: Tabla 13

INTERPRETACIÓN

El 22,9% de ciudadanos corresponde a personas con un gasto mensual promedio de \$10 a \$40, representando 84 personas encuestadas. El 45,8% de ciudadanos corresponde a personas con un gasto mensual promedio de \$50 a \$80, representando 168 personas encuestadas. El 20,8% de ciudadanos corresponde a personas con un gasto mensual promedio de \$90 a \$100, representando 76 personas encuestadas. El 8,3% de ciudadanos corresponde a personas con un gasto mensual promedio mayor a \$101, representando 30 personas encuestadas. El 2,1% de ciudadanos

corresponde a personas que no incurren a gastos de este rubro, representando 8 personas encuestadas.

ANÁLISIS

Mediante la encuesta se puede deducir que con un mayor porcentaje del 45,8% incurren en gastos mensuales con un valor de 50 a 80 dólares americanos, seguidos de un porcentaje de ciudadanos formando parte del 22,9% que incurren en gastos mensuales de 10 a 40 dólares.

6. ¿Cuál es su forma de pago?

Tabla 14

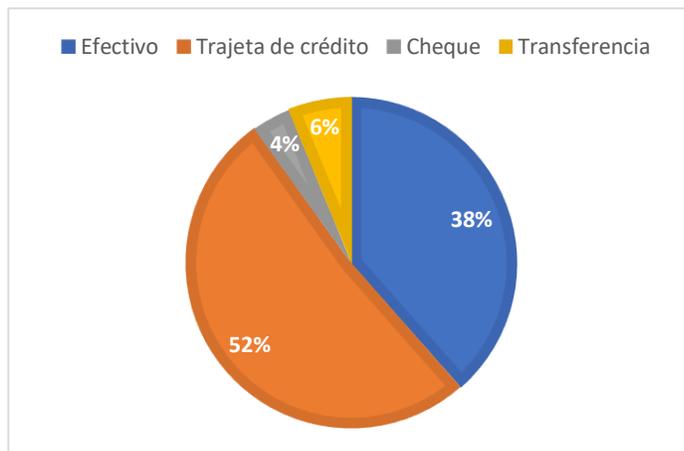
Forma de Pago

VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES (%)
Efectivo	141	38,50%
Tarjeta de crédito	189	51,60%
Cheque	14	3,80%
Transferencia	22	6,10%
TOTAL	366	100,00%

Fuente: Encuesta

Figura 7

Forma de Pago



Fuente: Tabla 14

INTERPRETACIÓN

Según el estudio realizado, la forma de pago que realizarían al cancelar el servicio que soliciten es con un 51,6% con tarjeta de crédito, con un 38,5% en efectivo, un porcentaje de 4,7% de la población estaría dispuestos a utilizar el método de pago en cheque y un 5,2% con transferencia bancaria.

ANÁLISIS

La Chaucha debería cobrar el servicio con dos de los métodos de pago que en la actualidad son los que más se utilizan que son tarjeta de crédito o efectivo ya que según la encuesta realizada los consumidores estarían dispuestos a pagar por el mejor servicio de una manera cómoda y rápida.

7. ¿Conoce usted alguna aplicación que ofrezca servicios informales?

Tabla 15

Conocimiento de Servicio Similar

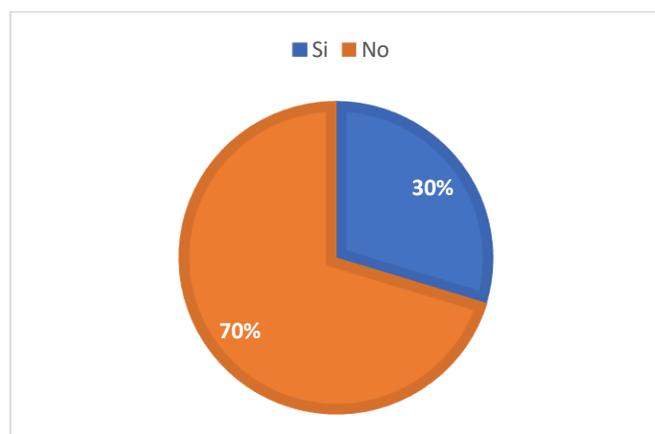
VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES (%)
Si	109	29,70%
No	257	70,30%

TOTAL	366	100,00%
--------------	------------	----------------

Fuente: Encuesta

Figura 8

Conocimiento de Servicio Similar



Fuente: Tabla 15

INTERPRETACIÓN

El estudio realizado para la creación de una aplicación que ofrece servicios informales obtuvo una respuesta satisfactoria para continuar con la creación de la App con un 70,3% de no haber alguna otra aplicación que ofrezca lo mismo, por lo que es viable la creación de esta.

ANÁLISIS

Según el estudio realizado, los habitantes de Quito mencionan que en la ciudad no existen una aplicación que ofrezca servicios informales ocupando un 70,3% un no, y un porcentaje minoritario de 29,7% de la población si conocen alguna aplicación que ofrezca los servicios mencionados.

8. ¿Estaría dispuesto a solicitar servicios informales a través de una aplicación móvil?

Tabla 16

Disposición de Solicitar Servicios Informales

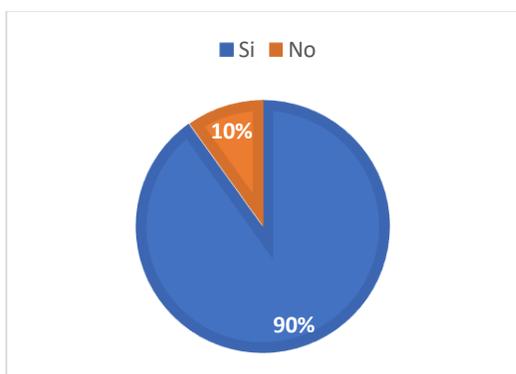
VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES (%)
----------	-------------	-----------------

Si	330	90,10%
No	36	9,90%
TOTAL	366	100,00%

Fuente: Encuesta

Figura 9

Disposición de Solicitar Servicios Informales



Fuente: Tabla 16

INTERPRETACIÓN

El estudio realizado para la creación de una aplicación móvil llamada La Chaucha tuvo un 90,1% de aceptación por los habitantes de Quito, por lo que es viable realizar la creación de esta.

ANÁLISIS

Según el estudio realizado, la disposición de los habitantes de Quito en solicitar servicios informales en una aplicación móvil ocupa un 90,1%, y un porcentaje minoritario de 9,9% de la población respondió que no lo harían.

9. ¿Qué servicios de construcción le gustaría encontrar en la aplicación móvil? (Elija 1 o varias respuestas)

Tabla 17

Servicios Requeridos por el Usuario

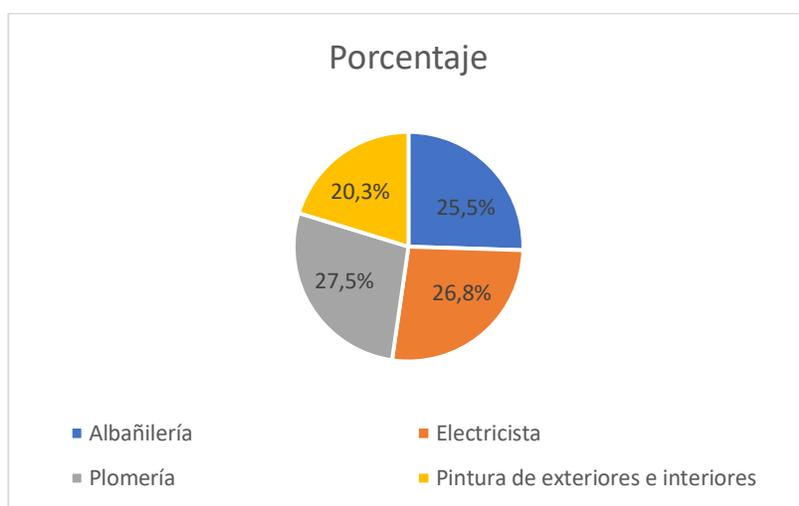
VARIABLE	NUMERO	PORCENTAJE
----------	--------	------------

Albañilería	93	25,5%
Electricista	98	26,8%
Plomería	101	27,5%
Pintura de exteriores e interiores	74	20,3%
Total encuestas	366	100%

Fuente: Encuesta

Figura 10

Servicios Requeridos por el Usuario



Fuente: Tabla 17

INTERPRETACIÓN

El 25,5% de ciudadanos corresponde al número de personas que le gustaría encontrar servicios de albañilería en una aplicación móvil, representando 93 personas encuestadas. El 26,8% de ciudadanos corresponde al número de personas que le gustaría encontrar servicios de electricista en una aplicación móvil, representando 98 personas encuestadas. El 27,5% de ciudadanos corresponde al número de personas que le gustaría encontrar servicios de plomería en una aplicación móvil, representando 101 personas encuestadas. El 20,3% de ciudadanos corresponde al número de personas que le gustaría encontrar servicios de pintura de exteriores e interiores en una aplicación móvil, representando 74 personas encuestadas.

ANÁLISIS

La demanda de servicios de construcción mediante plataformas digitales es amplia, por lo que es necesario y viable brindar una solución al alcance de las manos del consumidor, la oferta de servicios como albañilería en base a la encuesta es requerida.

10. Indique su edad:

Tabla 18

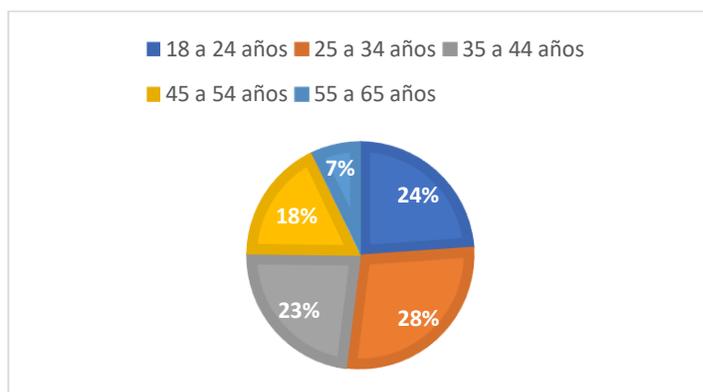
Edad

VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES (%)
18 a 24 años	87	23,90%
25 a 34 años	103	28,10%
35 a 44 años	85	23,20%
45 a 54 años	65	17,70%
55 a 65 años	26	7,10%
TOTAL	366	100,00%

Fuente: Encuesta

Figura 11

Edad



Fuente: Tabla 18

INTERPRETACIÓN

Con un total de 366 personas encuestadas se puede observar que el 28,1% de las personas encuestadas están en una edad entre 25 a 34 años, un 23,9% están en una edad entre 18 a 24 años, un 23,20% entre 35 a 44 años, un 17,7% entre 45 a 54 años, un 7,10% entre 55 a 65 años.

ANÁLISIS

De los resultados obtenidos se puede observar que los habitantes con edad entre 25 a 34 años ocupan una mayoría de los encuestados.

11. ¿Está de acuerdo en que este medio sería una oportunidad para reducir el desempleo en Quito?

Tabla 19

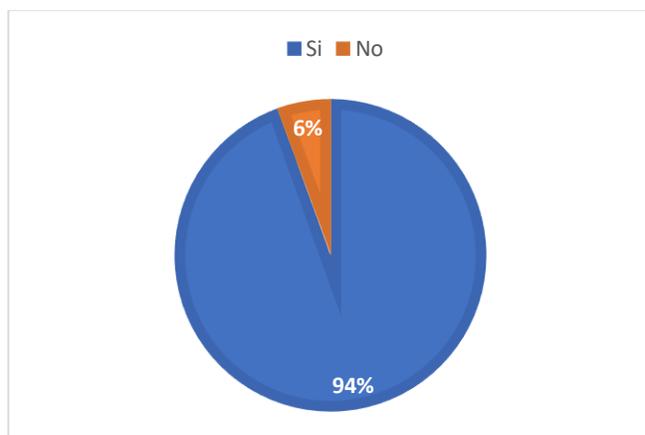
Oportunidad para Reducir el Desempleo en Quito

VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES (%)
Si	346	94,50%
No	20	5,50%
TOTAL	366	100,00%

Fuente: Encuesta

Figura 12

Oportunidad para Reducir el Desempleo en Quito



Fuente: Tabla 19

INTERPRETACIÓN

Actualmente Quito atraviesa una situación económica muy drástica por lo que La Chaucha brindaría oportunidad de minimizar el desempleo que muchas personas viven todos los días. Esto ayudará a dar a conocer nuestro servicio y a vender nuestra marca al público.

ANÁLISIS

Según la encuesta realizada, la población está de acuerdo en que esta sería una oportunidad para reducir el desempleo en Quito teniendo como primer lugar el sí con un 94,5%, y como segundo lugar el no con 5,5%.

12. ¿Estaría dispuesto a adquirir un plan de datos para poder trabajar mediante la aplicación móvil?

Tabla 20

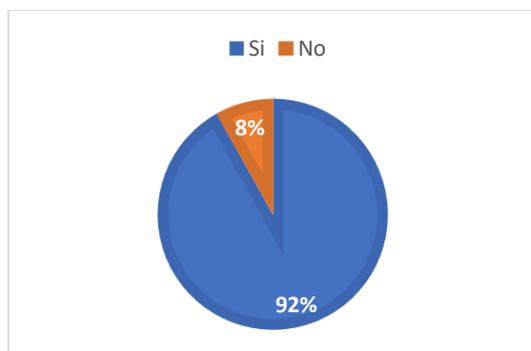
Adquisición Plan de Datos

VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES (%)
Si	336	91,90%
No	30	8,10%
TOTAL	366	100,00%

Fuente: Encuesta

Figura 13

Adquisición Plan de Datos



Fuente: Tabla 20

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta podemos concluir que el 91,9 % de los trabajadores encuestados, están dispuestos a adquirir un plan de datos móvil, ya que entienden que esta formaría parte de sus herramientas de trabajo para el contacto con los clientes.

ANÁLISIS

Con tan solo el 8,1 % el resto de los trabajadores encuestados opinan que no, a esto podemos deducir que quizá puede influenciar parte de la desconfianza que una nueva aplicación genera en sus expectativas, lo cual con el tiempo puede ser resuelto con los resultados que la aplicación espera alcanzar.

13. ¿Está usted de acuerdo en que la aplicación móvil cobre un porcentaje de cada servicio prestado?

Tabla 21

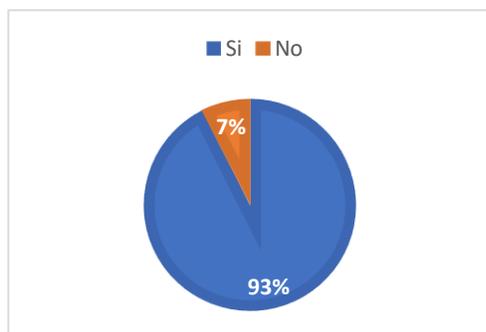
Cobro de Porcentaje por Servicio

VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES (%)
Si	339	92,60%
No	27	7,40%
TOTAL	366	100,00%

Fuente: Encuesta

Figura 14

Cobro de Porcentaje por Servicio



Fuente: Tabla 21

INTERPRETACIÓN

Según estos resultados podemos observar una gran aceptación de los clientes por la utilización que esperan obtener de la aplicación lo cual se refleja con un 92,6 % de respuestas positivas. Mientras tan solo el 7,4 % opina que la aplicación no debería cobrar comisión por los servicios.

ANÁLISIS

Un gran porcentaje de la muestra indica la accesibilidad de pago de un porcentaje por el servicio de la aplicación móvil “La Chaucha”.

1.3.2. Demanda Potencial

Para realizar la demanda potencial se toma el número de viviendas correspondientes a los niveles socioeconómicos A,B y C+, conformados por 3918 viviendas, multiplicado por la opción SI en base a los resultados de las encuestas de la pregunta 8 relacionada con la aceptación del uso de la aplicación móvil para solicitar servicios orientados al sector de la construcción, se establece que existe la aceptación con una demanda de 90,1% dando como resultado 3.530 para el año 2021 para los siguientes periodos el porcentaje de aceptación de la demanda irá en aumento calculado en base al 1,82%, tasa correspondiente al crecimiento poblacional. La demanda potencial se calcula en la siguiente tabla multiplicando el número de viviendas por el número de servicios por mes, por el precio promedio.

Tabla 22

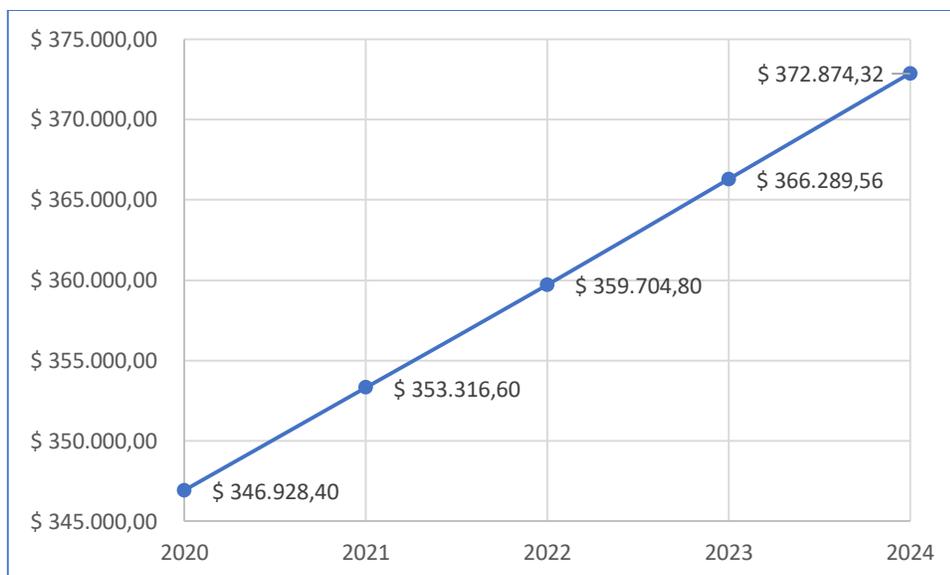
Demanda Potencial

N°	AÑO	VIVIENDAS MENSUALMENTE	N° servicios promedio compra	PRECIO	DEMANDA
1	2020	3.530	12 meses / año	4 \$	24,57 \$ 346.928,40
2	2021	3.595	12 meses / año	4 \$	24,57 \$ 353.316,60
3	2022	3.660	12 meses / año	4 \$	24,57 \$ 359.704,80
4	2023	3.727	12 meses / año	4 \$	24,57 \$ 366.289,56
5	2024	3.794	12 meses / año	4 \$	24,57 \$ 372.874,32

Fuente: Encuesta, (INEC, 2021)

Figura 15

Demanda Potencial



Fuente: Tabla 22

1.4. Análisis del macro y microambiente

1.4.1. Análisis del microambiente

Determinación de 5 fuerzas de mercado (Fuerzas de Porter), esta matriz con métodos analíticos nos permite recopilar información altamente relevante para que la empresa desarrolle planes estratégicos o planes de negocios.

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES:

La competencia de La chaucha es media ya que existe una aplicación móvil ofertando servicios ocasionales a domicilio de esta índole llamada “Aora”.

Diferenciación en el servicio: La vía de adquisición del servicio son: Vía pública, la Web, empresas que cuenten con trabajadores de planta que brinden el servicio. La diferenciación radica a la obtención del servicio por medio de una aplicación que brindará una amplia gama de ofertantes que pueden ofertar servicios de construcción, y la seguridad que brinda el conocer reviews de usuarios que avalan la calidad del servicio. La descripción y presentación de cada uno de nuestros colaboradores en la aplicación móvil generará confianza en la adquisición de los servicios de construcción.

AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES:

Presencia de economías de escala: El aumento del uso de plataformas móviles ha dado como resultado una mayor oferta de servicios, que soluciones a problemáticas actuales de la sociedad, por ende, es muy probable que se crea servicios semejantes para generar empleo.

Necesidad de capital: Se requiere una inversión inicial alta para diseño y desarrollo de la aplicación móvil, además es necesario contar con un fondo para pagar gastos operativos en los que incurra el lanzamiento de la app y llegue a posicionarse.

AMENAZA DE PRODUCTOS/SERVICIOS SUSTITUTIVOS:

La disponibilidad de los servicios sustitutos es alta, ya que pueden adquirir es servicio en la vía pública.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES:

En un principio el nivel de negociación con los proveedores es alto ya que de los mismos se partirá para generar estándares en precios y así proporcionar una competencia justa entre ofertantes de servicio de construcción.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES:

En La chaucha el nivel de negociación de los clientes es medio, ya que se puede llegar a un acuerdo con el ofertante del servicio, el cuál puede seguir sirviendo al usuario sin la necesidad del nexo por la aplicación móvil.

1.4.2. Análisis del macro ambiente

MPC: MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

Mediante la siguiente matriz se identificará los principales competidores de la empresa, planteando factores clave relacionados al sector, estos se calificarán del 1 al 4. La calificación 4 representará la mayor fortaleza mientras 1 representación la mayor debilidad.

Tabla 23

Matriz de Perfil Competitivo

Matriz perfil competitivo						
N °	Factores clave	Importanc ia	Importanc ia	Aora	Red socioempleo	Vía pública

			ponderad a	Valo r	Ponderaci ón	Valo r	Ponderaci ón	Valo r	Ponderaci ón
1	Reputación de la marca	10	0,06	3	0,19	3	0,19	2	0,13
2	Servicio al cliente	10	0,06	3	0,19	4	0,26	1	0,06
3	Satisfacción del cliente	10	0,06	3	0,19	4	0,26	2	0,13
4	Participación de mercado	9	0,06	2	0,12	3	0,17	2	0,12
5	Estructura bajo costo	9	0,06	2	0,12	2	0,12	4	0,23
6	Variedad de los canales de distribución	9	0,06	4	0,23	3	0,17	2	0,12
7	Nivel de integración de productos	8	0,05	4	0,21	3	0,15	2	0,10
8	Rango de servicios	8	0,05	5	0,26	4	0,21	3	0,15
9	Retención de los consumidores	8	0,05	3	0,15	3	0,15	1	0,05
10	Capacidad Tecnológica	8	0,05	4	0,21	4	0,21	1	0,05
11	Ventas online	8	0,05	5	0,26	4	0,21	1	0,05

1 2	Poder sobre los proveedores	7	0,05	4	0,18	3	0,14	1	0,05
1 3	Cadena de suministros eficiente	7	0,05	3	0,14	3	0,14	2	0,09
1 4	Servicio post venta	7	0,05	3	0,14	2	0,09	1	0,05
1 5	Gestión efectiva de redes sociales	7	0,05	3	0,14	3	0,14	2	0,09
1 6	Gestión del Talento en la organización	7	0,05	4	0,18	2	0,09	1	0,05
1 7	Nuevas introducciones exitosas	6	0,04	4	0,15	3	0,12	2	0,08
1 8	Ventas por empleado	6	0,04	3	0,12	3	0,12	2	0,08
1 9	Programas efectivos de responsabilidad corporativa	6	0,04	4	0,15	3	0,12	1	0,04
2 0	Promociones	5	0,03	2	0,06	1	0,03	2	0,06
TOTAL		155	1,00		3,39		3,07		1,77

1.4.3. Proyección de la oferta.

Para calcular la oferta es necesario investigar en los diferentes competidores que ofertan servicios ocasionales de construcción en la parroquia de Cumbayá, a continuación, el detalle en la siguiente tabla.

Tabla 24

Oferta de la Competencia

COMPETENCIA	N° DE SERVICIOS	PRECIO	OFERTA
Red socio empleo	350	\$30,00	\$10.500,00
Aora	400	\$30,00	\$12.000,00
Servicios en calle	600	\$30,00	\$18.000,00
TOTAL	1350		\$40.500,00
PROMEDIO TOTAL	450		\$13.500,00
DIARIOS	15		\$450,00
ANUALES	5400		\$162.000,00

Tabla 25

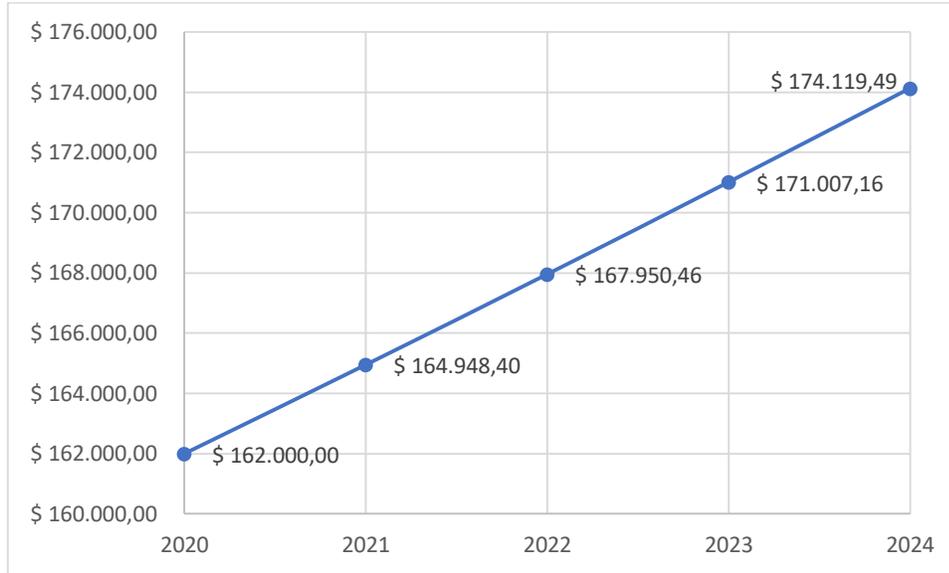
Proyección de la Oferta

N°	AÑO	N° SERVICIOS DE COMPRA	PRECIO	OFERTA
1	2020	5400	\$30,00	\$ 162.000,00
2	2021	5498	\$30,00	\$ 164.948,40
3	2022	5598	\$30,00	\$ 167.950,46
4	2023	5700	\$30,00	\$ 171.007,16
5	2024	5804	\$30,00	\$ 174.119,49

La proyección de la oferta se proyecta en base al crecimiento poblacional correspondiente al 1,82%, manteniendo precios fijos hasta el año 2024 con una oferta de \$ 174.119,49.

Figura 16

Proyección de la Oferta



Fuente: Tabla 25

El cálculo de la proyección de la oferta muestra un incremento en la proyección de año a año, lo que muestra que para el año 2024 existe una oferta de 5.804 servicios lo cual corresponde a \$ 174.119,49.

1.5. Demanda potencial insatisfecha

Se entiende por demanda insatisfecha aquella donde las demandas no cubrirán la demanda no atendida (consumidores no reciben el producto que requieren) y/o la demanda atendida pero que no se encuentra satisfecha (ofrecen el producto de forma parcial); es decir, lo que se necesita (demanda) y lo que se está satisfaciendo (oferta) donde ambas son representadas en las mismas unidades. (VALENCIA, 2014)

Tabla 26

Demanda Potencial Insatisfecha

Nº	AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL
1	2020	\$346.928,40	\$162.000,00	\$184.928,40

2	2021	\$353.316,60	\$162.000,00	\$191.316,60
3	2022	\$359.704,80	\$162.000,00	\$197.704,80
4	2023	\$366.289,56	\$162.000,00	\$204.289,56
5	2024	\$372.874,32	\$162.000,00	\$210.874,32

El cálculo de la demanda potencial insatisfecha se muestra positiva, de esta manera se refleja una cantidad de mercado insatisfecho, donde la “La Chaucha” podría ofertar sus servicios, para lo cual “La Chaucha” puede cubrir en un 75% de esa demanda que no se encuentra cubierta.

1.6. Diseño de marca (branding)

En base a los análisis realizados a continuación se describe las oportunidades de negocio y la construcción de la identidad del producto, se ha identificado los siguientes parámetros:

- **Nombre de la marca:** La Chaucha
- **Logotipo**

Figura 17

Logotipo



Eslogan: “Pensado para tu hogar”

Percepción y posicionamiento:

La chaucha se posicionará por un servicio de calidad, seguridad, confianza. El proceso de compra será mediante una aplicación móvil amigable con el usuario, diseñada para dar facilidad y rapidez en la adquisición de los servicios. durante el proceso de compra un asistente estará presto para resolver cualquier duda.

El proceso de compra comprenderá con un servicio post venta para generar retroalimentación, para la mejora continua. La opinión del usuario jugará un rol fundamental para generar valor en el mismo, toda sugerencia del usuario pasará por filtros para rediseñar y enfocar de manera correcta la aplicación móvil.

Diferenciación:

- La propuesta de digitalizar el método de adquisición de servicios ocasionales por medio de una aplicación móvil.
- Aportar empleo informal de manera directa, dando facilidad para ofertar el servicio como también para adquirirlo.
- Para usuarios frecuentes crear paquetes de servicios
- Brindar seguridad al usuario al adquirir servicios de electricidad, gasfitería, instalaciones, cerrajería, limpieza, jardinería, pintura y albañilería. Mediante reviews e información del perfil del ofertante.
- Crear una relación entre ofertantes del servicio y usuarios para lograr posicionamiento.
- Esta aplicación es innovadora ya que hoy en día las personas buscan que las necesidades personales sean satisfechas de manera más fácil, rápida y al alcance de la mano, por lo que esta idea de negocio se basa principalmente en el uso de las tecnologías por medio de una aplicación que llame la atención de nuestros consumidores.

1.7. Estrategias de marketing

Tabla 27

Mix de Marketing

Estrategias de Mix de Marketing

Producto	Estrategia de Lanzamiento
	<p>Introducir técnicas que permita al usuario acceder a los servicios de manera rápida.</p> <p>Contar con la colaboración de Beta testers para la detección de posible fallos pre-lanzamiento a la App store.</p>
Precio	Estrategia de precios por paquete
	<p>Generar descuentos por la adquisición de paquetes de servicios de construcción.</p> <p>Estrategia descuento por temporada</p> <p>Generar descuentos por temporadas</p> <p>Estrategia de diferenciación: precio inferior</p> <p>Precio inferior por introducción.</p>
Plaza	Estrategia de venta personalizada, externa, domiciliaria
	<p>Oferta de servicios de construcción a domicilio.</p> <p>Distribución directa sin intermediarios.</p>
Promoción	Estrategia de Publicidad por redes sociales
	<p>Desarrollar publicidad en las redes sociales para crear impacto de marca.</p>

1.8. Publicidad que se realizará

El marketing en las organizaciones es fundamental para el posicionamiento en el mercado en el que interactúan y más cuando se trata de una aplicación que basa sus esfuerzos de ventas en la web y plataformas digitales. Cuando se trata de promocionar una app es necesario entender que el consumidor final ha cambiado sus hábitos de compra y sus estándares de calidad, por lo que el factor visual es imperativo y más, la información que podamos compartir con nuestros clientes, con el objetivo de crear una relación con el consumidor. Ahora las maneras son varias, el elegir la correcta es lo que hará exitosa a tu aplicación móvil.

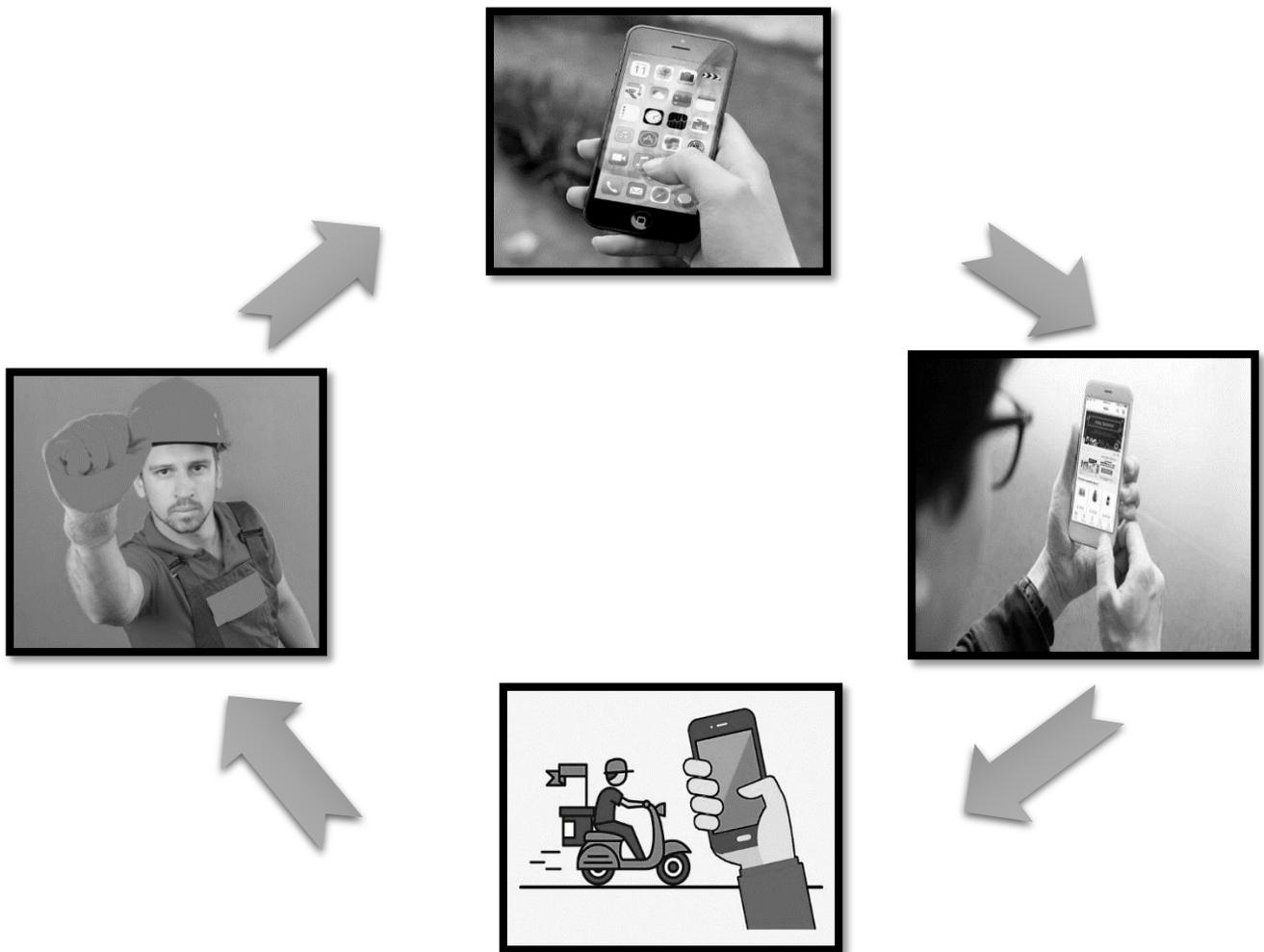
En La Chaucha se utilizará la publicidad por redes sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram y Google Plus, plataformas que ayudarán a difundir nuestra marca a nivel nacional, si se necesitará más publicidad se puede recurrir a publicidad de pago en la web y en Google apps para ser una marca recomendada por la plataforma.

1.9. Sistema de distribución

El canal de distribución que será utilizado en este proyecto es indirecto.

Figura 18

Sistema de Distribución



Al ser una aplicación móvil el sistema de distribución consiste en el uso de un smartphone para la solicitud de los diferentes servicios ofertados en dónde los actores fundamentales son La Chaucha como aplicación móvil, el ofertante que realiza el servicio y el cliente que lo solicita.

1.10. Seguimiento de clientes

“Conocer, clasificar y empatizar con nuestros clientes o visitantes hará que nos adelantemos a las necesidades de estos, desarrollando un negocio viable y rentable. Sí conocemos el comportamiento de los consumidores, podremos mejorar su experiencia de compra y así responder mejor a sus expectativas” (CORTÉS, 2020).

Tabla 28

Seguimiento Clientes

BASE DE DATOS: SEGUIMIENTO A CLIENTES					
					CLASIFICACIÓN
N°	NOMBRES Y APELLIDOS	SECTOR	TELÉFONO	CORREO ELÉCTRONICO	NUEVO FRECUENTE
1	CARLOS EDUARDO LOPEZ ANDRANGO	CUMBAYA	0975692357	carlitoslopez@hotmail.com	X
2	SOFÍA GABRIELA HERRERA JIJÓN	CUMBAYA	0983572968	sofiherrerajijon@hotmail.com	X
3	PEDRO ANDRÉS IZA FELIX	CUMBAYA	0989253879	pedritoiza9@hotmail.com	X
4	IVAN SANTIAGO CAICEDO REYES	CUMBAYA	0993529716	ivanhocaicedo3@hotmail.com	X
5	LIDIA MARÍA RUBIO MIRANDA	CUMBAYA	0996583918	lidiamiranda8@outlook.com	X

La generación de una base de datos es fundamental para recopilar información perteneciente a nuestros clientes como a nuestros clientes potenciales, de esta manera conoceremos información como: Nombre, apellido, dirección, teléfono, correo electrónico, esta información ayudará a segmentar el mercado, así como conocer el comportamiento del consumidor. Mediante el correo electrónico se receptorá comentarios para generar retroalimentación y mejora del servicio.

1.11. Especificar mercados alternativos.

Existe la posibilidad de ampliar las categorías de servicios a otros mercados de servicios informales como por ejemplo el transporte de mudanzas, diseño de interiores, planificación de proyectos por profesionales, etc.

CAPITULO II

2. Operaciones

2.1. Objetivo del capítulo

Gestionar el proceso de la atención al cliente mediante el control y planificación de estándares de calidad del servicio de La chaucha.

2.2. Descripción del proceso

2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

“El proceso productivo es el conjunto de tareas y procedimientos requeridos que realiza una empresa para efectuar la elaboración de bienes y servicios” (QUIROA, 2019).

A continuación, se desarrolla el mapa de procesos de la aplicación móvil “La chaucha”, donde se mostrará los procesos estratégicos, operativos y de apoyo:

Figura 19

Mapa de Procesos

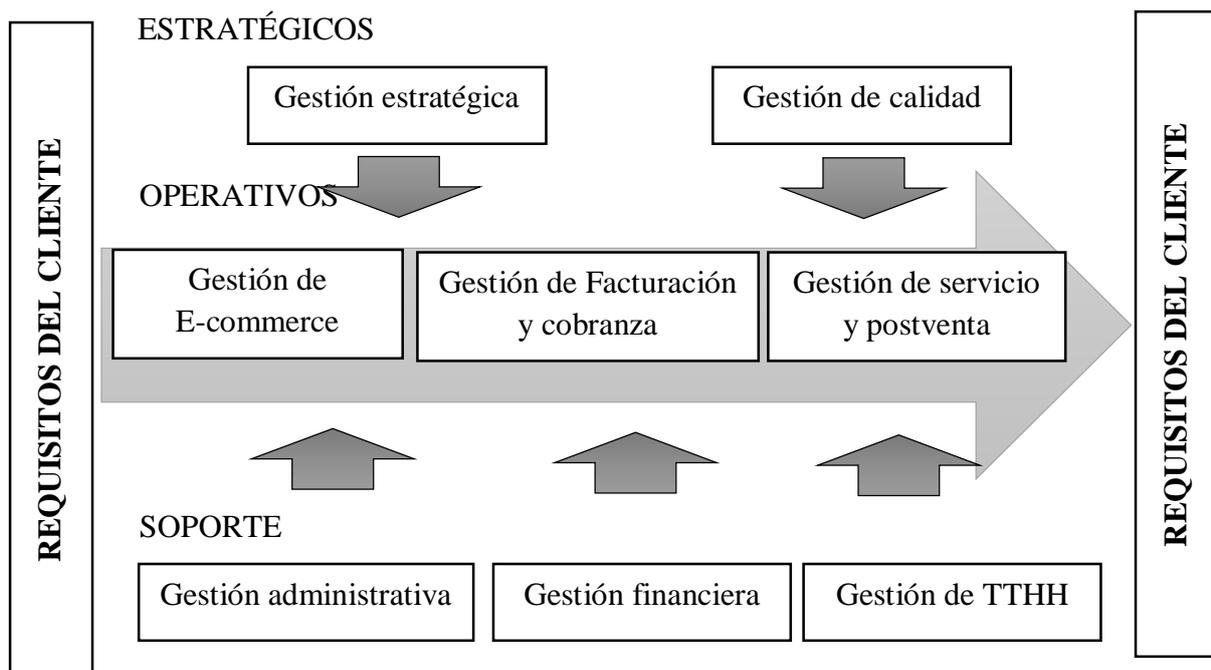
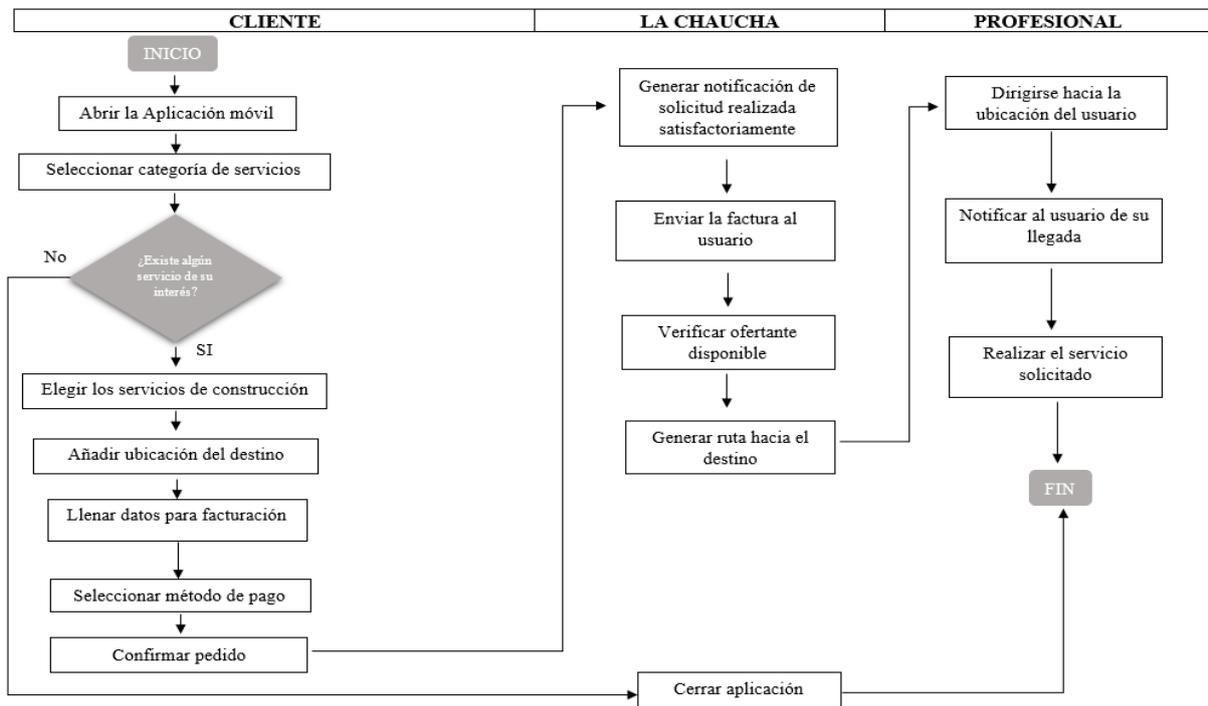


Figura 20

Flujograma del Proceso de Adquisición del Servicio



2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

En la siguiente figura se detallará la distribución de instalaciones de La chaucha, dónde el personal realizará sus actividades laborales con el fin de brindar un servicio de calidad, la oficina se encontrará en el sector del centro comercial Scala Shopping Mall.

Figura 21

Mapa de Ubicación de Instalaciones



Fuente: Google Maps

La propuesta del siguiente plano está enfocada en indicar la distribución de instalaciones de la oficina de La Chaucha, diseño pensado en la comodidad y confort de los colaboradores y clientes.

Figura 22

Plano de Distribución de Instalaciones La Chaucha



Esta propuesta se basa en la distribución de diferentes áreas necesarias para el desempeño de actividades que desarrollarán los colaboradores de La Chaucha. En donde se encuentran los departamentos de Gerencia, Marketing, Ventas y Talento Humano. La oficina contará con una sala de reuniones y una sala de espera amplia, en donde los candidatos a formar parte del equipo de La chaucha se encontrarán para ser entrevistados, así como clientes que requieran soporte, además contarán con baños, bodega de servicios y una cocina.

Tabla 29

Descripción de Equipos

ACTIVIDAD	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	COSTO
Kit de bioseguridad, protección personal		<ul style="list-style-type: none"> • Mascarilla kn95 c/válvula • Visor protector facial • Gafas protectoras • Guantes quirúrgicos • Gel y alcohol antibacterial 	\$10,00

Fuente: (OLX, 2021)

Tabla 30

Descripción de Equipos de Cómputo

ACTIVIDAD	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	COSTO
Productividad y rendimiento de la App		<ul style="list-style-type: none"> • Marca: Apple • Modelo: iMac MRQY2LL-A • Procesador: Intel Core i9 • Disco duro: 1 TB • RAM 8 GB • Sistema operativo: Mac OS • Tamaño de la pantalla: 27 " • Imac Fusio SSD Retina 5K 2019 	\$800.00
Realizar impresiones		<ul style="list-style-type: none"> • Marca: Epson • Modelo: WF-4730 • Tipo de impresora: Multifunción • EPSON WORKFORCE WF4730 Impresora / Copiadora / Scanner / Duplex /Ethernet/ Wi-fi / Manual • Pantalla táctil LCD a color • Doble bandeja de papel de 250 hojas / 500 hojas en total 	\$250.00

		<ul style="list-style-type: none"> • Superconectividad: USB, WI-FI, NFC5, Ethernet 	
Realizar llamadas		<ul style="list-style-type: none"> • Marca: Panasonic • Modelo: KX-TG274SK • Bluetooth • Modo Ecológico • Tecnología DECT 6.0 • Con identificador de llamadas • Contestadora • Pantalla LCD retro iluminada ámbar de 1.6 pulgadas • Altavoz • Bloqueo de llamadas 	\$110.00

Fuente: (MERCADO LIBRE, 2021)

Tabla 31

Descripción de Muebles de Oficina y Enseres

ACTIVIDAD	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	COSTO
Rendimiento y producción		<ul style="list-style-type: none"> • Estación de trabajo tipo L • Incluye cajonera • Pintura en polvo electrostática • Dimensiones: Mínima: 1.50 x 1.50m 	\$199.00
Rendimiento y producción		<ul style="list-style-type: none"> • Sillón giratorio ergonómico. • Sistema de regulación neumática de altura • Sistema semi basculante • Asiento de poliuretano semirrígido tapizado en CUERINA estándar • Espaldar de poliuretano semirrígido tapizado en CUERINA estándar. 	\$80.00

Fuente: (Mercado libre, 2021)

Tabla 32*Descripción de Personas*

Actividad	Tiempo (por actividad)	No. Personas	Horas- hombre
Generar notificación de solicitud realizada satisfactoriamente	1 minuto	-	0:01 horas
Enviar la factura al usuario	5 minutos	-	0:05 horas
Verificar ofertante disponible	3 minutos	-	0:03 horas
Generar ruta hacia el destino	3 minutos	-	0:03 horas
Dirigirse hacia la ubicación del usuario	30 minutos	-	0:30 horas
Notificar al usuario de su llegada	3 minutos	-	0:03 horas
Realizar el servicio solicitado	3 horas	1	3:00 horas
Enviar encuesta de satisfacción al cliente	3 minutos	-	0:03 horas
Total	228 minutos	1	3:48 horas

2.2.3. Tecnología a aplicar

Las plataformas digitales son fundamentales para el crecimiento óptimo de las plataformas, la digitalización de procesos, así como de servicios. Esta digitalización facilita la accesibilidad del usuario, así como permite una mejora eficaz de la plataforma. Dar solución a las necesidades del usuario se vuelve algo sencillo, mediante la programación según los comentarios de los clientes se puede lograr una aplicación móvil amigable con el usuario.

Actualmente los servicios de construcción se ofertan de manera física y telefónica, la propuesta significa digitalizar la adquisición de servicios de construcción para agilizar y estandarizar procesos de adquisición para el cliente y de operatividad por parte del ofertante.

Cada ofertante del servicio solicitado deberá hacer uso de la aplicación móvil para recibir las notificaciones de los usuarios, mediante la aplicación móvil también se podrá acceder a información relevante acerca del campo de la construcción.

Para el diseño de la aplicación móvil se utilizará Adobe XD, solución rápida y potente de diseño de experiencias e interfaces de usuario para sitios web, aplicaciones y mucho más, la misma. Cuenta con la posibilidad de incluir interacciones por voz, agregar animaciones, pruebas con dispositivos de manera eficiente. (ADOBE , 2021)

Un diseño responsable y amigable con el usuario facilitará la captación de la atención del mercado potencial, es por esto, que la elección de la colorización como de cada elemento de la aplicación jugará un rol fundamental para la permanencia de la aplicación móvil en el dispositivo del usuario.

Para el desarrollo de la aplicación móvil se utilizará Kotlin, “lenguaje de programación moderno, pero ya maduro destinado a hacer más felices a los desarrolladores. Es conciso, seguro, interoperable con Java y otros lenguajes, y proporciona muchas formas de reutilizar código entre múltiples plataformas para una programación productiva”. (Kotlin, 2021)

Para la generación de una base de datos se utilizará la plataforma Google Workspace, un conjunto de herramientas colaborativas que se usarán como almacenamiento en la nube de la data de los usuarios donde incluyen, información personal como sus últimos servicios, así como sus intereses. Además, este recurso permitirá tener fluidez en la usabilidad de la aplicación móvil para que la experiencia del usuario sea exitosa.

2.2.4. Factores que afectan las operaciones

Los factores que pueden afectar las operaciones pueden ser externos como las políticas laborales actuales han estimulado al empresario a prescindir de sus empleados por falta de compensaciones y la imposibilidad de acceder a opciones de contratos de trabajo que se adapten a cada empleo.

Por otro lado, la realidad actual en la que se encuentra la sociedad por la pandemia del virus Covid-19 implica cumplir estándares muy altos de los usuarios, por lo cual satisfacer a los mismos es un reto al ofertar los mejores profesionales al brindar cada servicio.

Considerando el impacto de la globalización en la comercialización de servicios, la tendencia de optar por plataformas digitales crece en el país y a escala global de la mano del desarrollo de aplicaciones móviles las cuales aporten soluciones a la sociedad actual, este factor desencadena una competencia agresiva en el sector.

El impacto ambiental es un factor por considerar ya que las plataformas digitales generan más del 2% de las emisiones mundiales por el consumo excesivo de energía por la adquisición de bienes y servicios lo que causa un daño al ecosistema por el consumo masivo de energía. En este punto es necesario ponderar el costo beneficio de optar por plataformas digitales.

2.3. Capacidad de Producción

2.3.1. Capacidad de Producción Futura.

Por medio de la encuesta realizada al grupo objetivo se pudo constatar la necesidad de satisfacer 1.152 servicios mensuales por lo que se estima una atención de 38 servicios diarios.

A continuación, se refleja en la tabla la producción diaria, semanal, mensual y anual.

Tabla 33

Producción Diaria, Semanal, Mensual y Anual.

N° de Servicios	Diario	22
	Semanal	154
	Mensual	660
	Anual	7.916

Tabla 34

Proyección de Producción a 5 años

Servicios	Cantidad diaria	Cantidad servicios mensuales	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL (1,82%)				
			2021	2022	2023	2024	2025
Electricidad							
Interruptores	2	60	720	733	746	760	774
Tomacorrientes	2	60	720	733	746	760	774
Focos	2	60	720	733	746	760	774
Lámparas	1,4	42	504	513	523	532	542
Ventiladores	1	30	360	367	373	380	387
Ducha eléctrica	1,2	36	432	440	448	456	464

Timbre y Citófono	1,2	36	432	440	448	456	464
Breaker y Panel	0,9	27	324	330	336	342	348
Gasfitería							
Servicios higiénicos	0,9	27	324	330	336	342	348
Grifería	0,84	25	302	308	314	319	325
Cañería	1,5	45	540	550	560	570	580
Instalaciones generales							
Cuadros y espejos	0,45	14	162	165	168	171	174
Repisas y anaqueles	0,45	14	162	165	168	171	174
Accesorios de baño	0,75	23	270	275	280	285	290
Televisores	0,6	18	216	220	224	228	232
Cerrajería							
Cerraduras y chapas	1	30	360	367	373	380	387
Ventanas	0,8	24	288	293	299	304	310
Pintura y albañilería							
Pintura	0,5	15	180	183	187	190	193
Cerámicas pared	0,4	12	144	147	149	152	155
Pisos	0,4	12	144	147	149	152	155
Filtraciones	0,4	12	144	147	149	152	155
Gypsum	0,3	9	108	110	112	114	116
Limpieza							
Piscinas	0,6	18	216	220	224	228	232
Jardinería							
Corte de césped	0,4	12	144	147	149	152	155
TOTAL	22	660	7916	8060	8207	8357	8509

Para el cálculo de la proyección de producción futura a 5 años se determinó en base a la tasa de crecimiento poblacional que según el INEC es del 1,82% anual. Se puede observar que para el inicio de las actividades en el Año 1 se estima vender 7.916 servicios informales.

2.4. Definición de Recursos Necesarios para la Producción

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

El brindar servicios ocasionales enfocados al sector de la construcción mediante una aplicación móvil requiere que la plataforma cuente con los elementos esenciales para que el proceso de compra sea exitoso. Uno de los elementos para lograr este objetivo es contar con métodos de cobro Place to Pay que cumple la función de botón de pago dentro de las aplicaciones móviles, por lo que se optará por implementar esta plataforma para el cobro respectivo de las tarjetas crédito y débito. Se elige esta plataforma de cobro debido a que trabaja con la entidad financiera Diners Club Interdin la cual acopla a la gran mayoría de tarjetas de crédito utilizadas por los diferentes usuarios nacionales.

2.5. Calidad

2.5.1. Método de Control de Calidad.

Tabla 35

Checklist

Nº ACTIVIDAD	FRECUENCIA	SI NO
1 Mantenimiento del software	Semanal	x
2 Examinar cada fase del proceso de compra	Diaria	x
Verificar la correcta retroalimentación mediante las sugerencias		
3 y opiniones de los usuarios	Semanal	x
4 Cumplir el objetivo de ventas programadas	Mensual	x

Elaborado por: El Autor

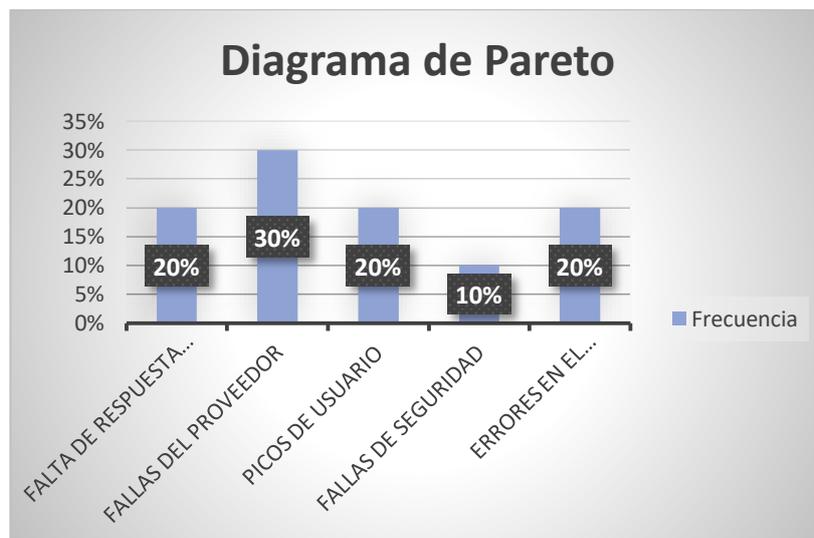
El checklist refleja un correcto cumplimiento de actividades relacionadas con funcionamiento de “La Chaucha”, como el proceso de compra en donde contempla la selección del servicio como el pago, el servicio no acaba ahí; es necesario la retroalimentación mediante el servicio post venta, aquí se receptorá comentarios de los usuarios.

Mediante indicadores en el checklist podremos verificar y dar seguimiento al cumplimiento de ventas programadas por mes, la data analytic brindará información para la implementación de estrategias de mejora.

Tabla 36
Diagrama De Pareto

N.º Categoría	Frecuencia relativa	Frecuencia Acumulada
1 Falta de respuesta por parte del asistente de compra	20.00%	20.00%
2 Fallas del proveedor	30.00%	50.00%
3 Picos de usuario	20.00%	70.00%
4 Fallas de seguridad	10.00%	80.00%
5 Errores en el sistema de caché	20.00%	100.00%

Figura 23
Diagrama de Pareto



2.6. Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

2.6.1. Seguridad e higiene ocupacional

En el reglamento interno de La Chaucha se implementará lineamientos regularizados y fieles a lo dictaminado en el Ministerio de Trabajo, para mantener seguridad y salud ocupacional adecuada para brindar servicios enfocados al sector de la construcción mediante una aplicación móvil. Dentro de los mismos se encuentra la estandarización de los servicios, de esta manera los ofertantes del servicio se guiarán a la normativa para el cumplimiento adecuado del reglamento interno.

Para mitigar riesgos laborales se brindará capacitaciones del uso correcto de las herramientas a utilizar, así como el control de las actividades e instalaciones de La Chaucha mediante supervisiones internas y externas.

Por otro lado, para el cumplimiento con lo que dictamina la ley se realizará simulacros por una empresa calificada por el Cuerpo de Bomberos en coordinación con el personal administrativo de La Chaucha, de esta manera se puede mitigar riesgos e impactos socializando como deben actuar mediante una emergencia.

“La dirección de seguridad, salud en el trabajo y gestión integral de riesgos del ministerio rector del trabajo existe desde que la ley determinara que “los riesgos del trabajo son de cuenta del empleador” y que hay obligaciones, derechos y deberes de cumplimiento técnico – legal en materia de prevención de riesgos laborales, con el fin de velar por la integridad físico – mental de los trabajadores” (Higiene industrial y ambiente, 2020).

CAPITULO III

3. Organización y gestión

3.1. Objetivo del capítulo

Determinar la visión y misión de La Chaucha, así como su estructura organizacional y sus objetivos estratégicos aplicables a la aplicación móvil.

3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos

3.2.1. Visión de la Empresa.

Ser la plataforma digital líder en el sector de la construcción siendo el nexo entre trabajadores y empleadores de manera simple, rápida y eficaz comprometidos con la responsabilidad social para con nuestros colaboradores y clientes.

3.2.2. Misión de la Empresa.

Somos la aplicación móvil de servicios de construcción, enfocada en generar soluciones para que los usuarios puedan encontrar en La chaucha a los trabajadores informales mejor calificados.

3.2.3. Objetivos y estrategias

ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica diseñada para el análisis interno (fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y amenazas)

Tabla 37

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
Calidad y variedad del servicio	Mercado de servicios informales es amplio
Precios competitivos	Mercado con nuevas necesidades desatendidas en la ciudad de Quito

Servicio personalizado a domicilio	Ausencia de plataformas digitales en el sector de la construcción
Uso amigable con el usuario	Escasez de competidores
Afiliados fieles a la marca	Rápido crecimiento de la demanda
Debilidades	Amenazas
Falta de financiamiento, se necesita pagar anticipadamente el desarrollo de la app	Crecimiento de los competidores en plataformas digitales
Falta de formalización de las funciones y actividades específicas de los cargos	Inestabilidad económica del país
Falta de determinación en los procesos de pago a una gran variedad de proveedores de servicios	Reformas en leyes para plataformas digitales
Falta de categorización de los potenciales servicios a ofertar en la aplicación móvil	Seguimiento de situación actual con respecto a virus y pandemia
Errores inesperados en la aplicación móvil	Entrada de empresas internacionales

Análisis de factores incontrolables (Matriz EFE, EFI)

Tabla 38

Matriz EFI

MATRIZ EFI				
Factores internos clave	Peso relativo	Clasificación Evaluación	Valor Ponderado	Subtotal
Fortalezas				
Calidad y variedad del servicio	16%	4	0,64	
Precios competitivos	13%	3	0,39	
Servicio personalizado a domicilio	14%	4	0,56	
Uso amigable con el usuario	11%	3	0,33	
Afiliados fieles a la marca	13%	4	0,52	2,44

Debilidades				
Falta de financiamiento, se necesita pagar anticipadamente el desarrollo de la app	8%	3	0,24	
Falta de formalización de las funciones y actividades específicas de los cargos	5%	2	0,1	
Falta de determinación en los procesos de pago a una gran variedad de proveedores de servicios	8%	2	0,16	
Falta de categorización de los potenciales servicios a ofertar en la aplicación móvil	7%	3	0,21	
Errores inesperados en la aplicación móvil	5%	3	0,15	0,86
TOTAL	100%		3,3	

Los factores internos clave denotan un resultado positivo diferenciando fortalezas y debilidades, superando a este segundo por lo que podemos deducir un potencial crecimiento y fortalecimiento de aspectos positivos mientras que modificar y reformular la estrategia para contrarrestar las debilidades.

Es preciso fomentar la calidad y variedad del servicio, así como sus precios competitivos, esto generará posicionamiento en el mercado por ser factores fuertes y decisivos a la hora de elegir un servicio.

Tabla 39

Matriz EFE

MATRIZ EFE				
Factores internos clave	Peso relativo	Clasificación Evaluación	Valor Ponderado	Subtotal
Oportunidades				

Mercado de servicios informales es amplio	13%	4	0,52	
Mercado con nuevas necesidades desatendidas en la ciudad de Quito	11%	3	0,33	
Ausencia de plataformas digitales en el sector de la construcción	14%	4	0,56	
Escasez de competidores	13%	3	0,39	
Rápido crecimiento de la demanda	11%	4	0,44	2,24
Amenazas				
Crecimiento de los competidores en plataformas digitales	10%	3	0,3	
Inestabilidad económica del país	6%	2	0,12	
Reformas en leyes para plataformas digitales	7%	2	0,14	
Seguimiento de situación actual con respecto a virus y pandemia	7%	3	0,21	
Entrada de empresas internacionales	8%	3	0,24	1,01
TOTAL	100%		3,25	

El potencial de crecimiento en el mercado de la construcción, así como el comercio electrónico mediante plataformas digitales brindará sustentabilidad a esta propuesta de servicio, que busca dar solución a las necesidades desatendidas en la ciudad de Quito. Por otro lado, al tener un crecimiento exponencial en plataformas digitales es posible la entrada de nuevos competidores que brinden servicios similares, por lo que es necesario la mejora continua mediante la retroalimentación de información con usuarios.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

Tras analizar la competencia, el micro y macroentorno, los segmentos a quién está dirigido, así como el valor agregado para el usuario, es el momento de plantear los objetivos estratégicos a cumplirse anualmente, así como las políticas con las que se regirán estos objetivos.

En la siguiente tabla se detallarán cada uno de ellos, enfocándose en la propuesta para cada año.

Tabla 40

Objetivos Estratégicos Anuales

MISIÓN						VISIÓN
Somos la aplicación móvil de servicios ocasionales enfocada en generar soluciones para que los usuarios puedan encontrar en La chaucha a los trabajadores informales mejor calificados.						
Objetivo Estratégico 1er. Año	Objetivo Estratégico 2do. Año	Objetivo Estratégico 3er. Año	Objetivo Estratégico 4to. Año	Objetivo Estratégico 5to. Año	POLÍTICAS	Ser el nexo entre trabajadores y empleadores de manera simple, rápida y eficaz comprometidos con la responsabilidad social para con
POLÍTICAS	POLÍTICAS	POLÍTICAS	POLÍTICAS	Permanente actualización de la aplicación móvil según requiera el usuario		
Plan de marketing anual para determinar el mercado objetivo.	Disponer de un servicio al cliente de calidad con rápida respuesta	Establecer políticas de difusión de los beneficios de La chaucha	Establecer políticas de servicio post venta	ESTRATEGIAS		
		ESTRATEGIAS	Implementación de receptor de experiencia	Actualizar y realizar mantenimiento de la		

ESTRATEGIAS	ESTRATEGIAS	Introducir técnicas que permita al usuario acceder a los servicios de manera rápida	del usuario para la mejora del servicio.	aplicación móvil adaptándose a los diferentes sistemas operativos.	nuestros colaboradores y clientes para el 2025
Desarrollar un plan de marketing que cuente con estrategias de posicionamiento.	Implementar procesos de contratación de personal que cumplan con parámetros de eficiencia.				

3.3. Organización funcional de la empresa

3.3.1. Organización Interna.

La importancia de un correcto diseño de la estructura organizacional responde a un eficaz desempeño de actividades mediante el buen diseño de funciones. Es por esto que, la organización interna es pieza clave para la mejora continua de procesos dentro de cada departamento. A continuación, se dará a conocer el organigrama estructural:

Figura 24

Organigrama Estructural

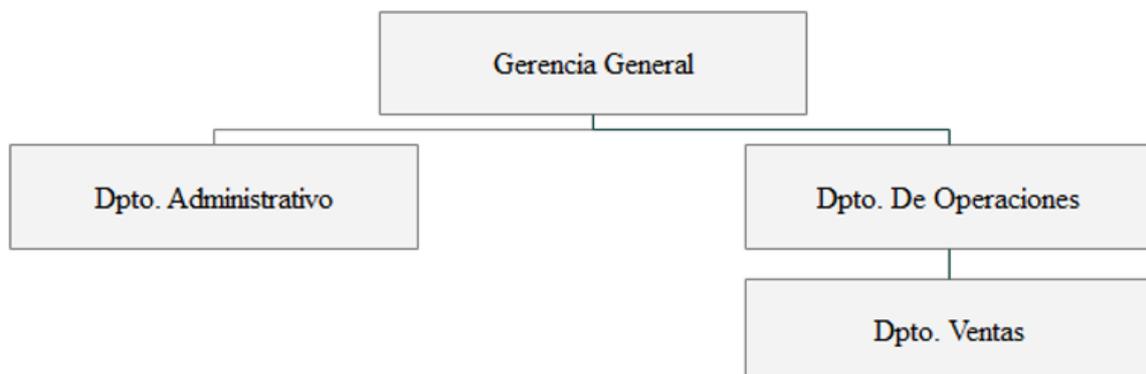
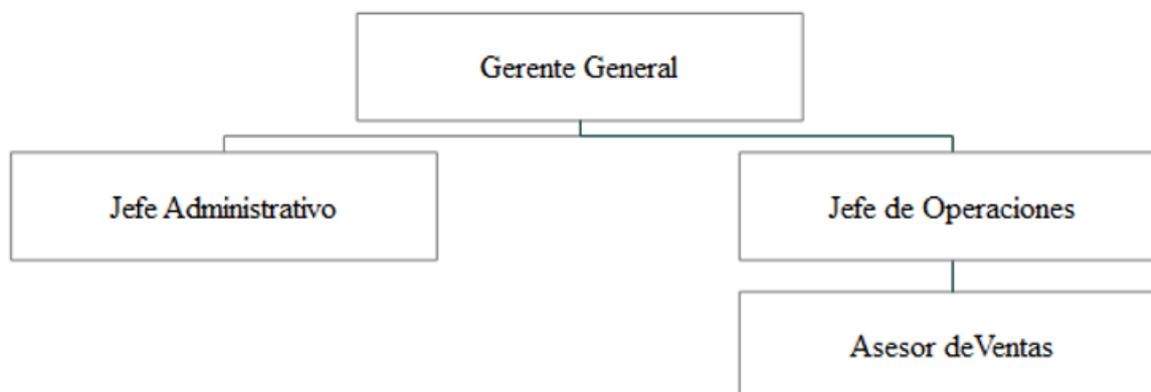


Figura 25

Organigrama Funcional



El equipo de trabajo estará liderado por el Gerente general, encargado de dirigir y velar financieramente a la empresa, seguido de un jefe administrativo responsable de gestionar redes sociales y su comunidad, así como también captar el personal idóneo que brinde un servicio de calidad. Un jefe de operaciones encargado de planificar controlar y dirigir las operaciones y un asesor de ventas que formará parte de su equipo, el cual se encargará de dar soporte al usuario en el proceso de compra.

3.3.2. Descripción de puestos.

La descripción de puestos sirve como guía de referencia para la selección y contratación de personal, garantizando los conocimientos y habilidades necesarias para cumplir con el puesto. A continuación, se detallará los perfiles de puestos del organigrama funcional.

Tabla 41

Descripción de Puesto Gerente General

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Gerente General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	No aplica
SUPERVISA A	Jefe Administrativo Jefe de operaciones Asesor de ventas

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Responsable de dirigir las operaciones de la Empresa, incluyendo financieros como de liquidez. Planeación estratégica y generación de alianzas y convenios para el crecimiento de la empresa, con un enfoque al cumplimiento de la visión empresarial.

III FUNCIONES

- Planeación de las actividades que se desarrollen dentro de la empresa
 - Organizar los recursos de la entidad
 - Definir a donde se va a dirigir la empresa en un corto, medio y largo plazo, entre otras muchas tareas
 - Fijación de una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la organización
 - Crear una estructura organizacional en función de la competencia, del mercado, de los agentes externo para ser más competitivos y ganar más cuota de mercado.
 - Representar legalmente a la empresa
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

TÍTULO PROFESIONAL Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios

EXPERIENCIA Tres (3) años de experiencias profesional relacionado con el cargo.

HABILIDADES

- Conciencia organizacional
- Trabajo en equipo y cooperación
- Orientación a resultados
- Adaptabilidad
- Liderazgo de grupo

FORMACIÓN Ingeniero en Administración de Empresas
Magister en Dirección y gestión de proyectos
Maestría en Administración de Empresas (MBA)

Tabla 42

Perfil de Puesto Jefe Administrativo

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

PUESTO	Jefe Administrativo
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	No Aplica

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Desarrollar, implementar y mantener políticas y procesos relacionados con los asuntos laborales y programas de beneficios para todo el personal de la chaucha.

Gestionar redes sociales y comunidades digitales, promoviendo a su vez una imagen positiva de la organización de acuerdo con la estrategia global en social media.

III FUNCIONES

- Gestiona y documenta los procesos de reclutamiento y selección para todas las posiciones de La Chaucha, asegurando procesos consistentes y transparentes.
- Desarrollar, analizar, implementar/actualizar y revisar las políticas, enfoques y procedimientos de la empresa, tales como el presupuesto a ser destinado para la nómina, programa de compensación y de evaluación de desempeño.
- Implementar métodos o procedimientos para la definición de estrategias destinadas al desarrollo y atracción de talento humano, además de garantizar que las mismas satisfagan las necesidades actuales y futuras de la empresa.
- Ejecución de la estrategia social media y comunicación digital.
- Dinamizar el contenido digital de acuerdo con la estrategia general de la organización/proyecto en las diferentes Redes Sociales.
- Creación de planes de comunicación específicos para cada canal o red y proyecto.
- Monitorizar y analizar las redes sociales con el fin de detectar áreas de mejora para la organización, sus proyectos e integrarlas a las distintas estrategias.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniería en Administración de Empresas Licenciatura en Gestión del Talento Humano Ingeniería en Marketing
EXPERIENCIA	Tres (3) años de experiencias profesional relacionado con el cargo.

HABILIDADES

- Desarrollo estratégico del Talento Humano
- Trabajo en equipo
- Construcción de relaciones
- Conocimiento del entorno organizacional

FORMACIÓN

Humano

Ingeniero en Administración de Empresas y gestión de Talento

Tabla 43

Descripción del Puesto Jefe de operaciones

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

PUESTO	Jefe de operaciones
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Asesor de ventas

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Planificar, implementar y supervisar el desarrollo óptimo y la ejecución de todas las actividades y procesos diarios

III FUNCIONES

-
- Coordinar la eficiente distribución de recursos y tareas, además de velar por la buena gestión de productos y despachos mediante procesos automatizados de seguimiento.
 - Desarrollar estrategias para la optimización de los procesos
 - Hacer seguimiento a las rutas y control a los servicios.
 - Evaluar cada proceso mediante indicadores que demuestren el cumplimiento de estos.
 - Generar reportes constantes que permitan examinar el rendimiento de las operaciones.
 - Verificar el cumplimiento de actividades del asesor de ventas, para dar seguimiento del proceso de compra del cliente.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

TÍTULO PROFESIONAL Profesionales de la carrera de Administración de empresas, Ingeniería industrial o afines.

EXPERIENCIA 3 años mínimo, en cargos similares

HABILIDADES

- Comunicación efectiva
- Habilidades interpersonales
- Capacidad de análisis
- Planificación y organización
- Creatividad

FORMACIÓN Ingeniero en Administración, Ingeniería industrial

Tabla 44

Descripción del Puesto Asesor de Ventas

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

PUESTO	Asesor de ventas
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Jefe de operaciones
SUPERVISA A	No aplica

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Brindar asesoría profesional a los clientes actuales y potenciales, para generar ventas efectivas y cumplir con los objetivos de ventas fijados por la empresa; siguiendo un proceso a través del cual, prospecta clientes, identifica necesidades, diseña una propuesta de servicios a la medida, brinda seguimiento en la instalación y servicio post venta que garantice la fidelización de los clientes.

III FUNCIONES

-
- Solucionar dudas y problemas del usuario en el proceso de compra
 - Comunicarse con los clientes y ofrecerles asesoramiento sobre los servicios para lograr ventas reales
 - Localizar productos para los clientes
 - Atender las quejas de forma paciente y servicial
 - Canalizar los pedidos de forma eficiente
 - Servicio post venta
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

TÍTULO PROFESIONAL Estudios técnicos o tácticas de ventas

EXPERIENCIA Un (1) año en cargos de ejecutivo de ventas y servicio al cliente

HABILIDADES

- Capacidades comunicativas
- Paciencia y amabilidad
- Habilidades organizativas para realización de varias tareas a la vez
- Orientado a resultados

FORMACIÓN Bachillerato en ciencias generales, cursos de ventas y manejo de clientes

3.4. Control de gestión

3.4.1. Indicadores de gestión.

Con el fin de fortalecer la eficiencia en cada puesto de trabajo, así como fomentar el crecimiento organizacional se detallará los indicadores que utilizará cada departamento para medir su rendimiento y avance con respecto a sus actividades.

Un indicador de gestión (KPI) es una forma de medir si una empresa, unidad, proyecto o persona está logrando sus metas y objetivos estratégicos. (*RONCANCIO, 2019*)

Tabla 45

Indicadores de Gestión por Departamento

No.	Nombre del Área	Nombre del indicador	Fórmula del indicador	Frecuencia	Meta 2021
-----	-----------------	----------------------	-----------------------	------------	-----------

		Cumplimiento de actividades gerenciales	Número de actividades ejecutadas / Número de actividades planificadas	Mensual	100%
1	Gerencia General	Margen bruto de utilidad	(Utilidad bruta / Ventas netas) x 100	Anual	90%
		Periodo de recuperación de la inversión	Inversión inicial / Flujo de efectivo por período	Anual	20%
<hr/>					
		Ventas	Sumatoria de ventas mensuales	Mensual	384
2	Departamento de Operaciones	Efectividad de las visitas a la aplicación móvil	(Número de usuarios compradores / Número de usuarios que hacen uso de la aplicación móvil)	Mensual	95%
		Reclamos	(Número de problemas solucionados / Número usuarios atendidos) x 100	Mensual	98%
		Servicio al cliente	(Números de dudas atendidas / Número de dudas solicitadas) x 100	Mensual	98%
<hr/>					
		Clientes influenciados por marketing	Total de clientes nuevos / Total de clientes a partir de contenido de marketing	Mensual	7
3	Departamento de Administrativo	Búsquedas orgánicas	(Número de búsquedas orgánicas / Total de búsquedas de la aplicación móvil) x 100	Mensual	98%
		Evaluaciones de desempeño	Número de evaluaciones de desempeño realizadas / Número de empleados	Mensual	98%

Capacitación y formación	(Número de capacitaciones programadas / Número de capacitaciones realizadas) x 100	Mensual	100%
Evaluación de capacitaciones	(Número de capacitaciones evaluadas satisfactoriamente / Total de personal capacitado) x 100	Mensual	100%

3.5. Necesidades de personal

En la siguiente tabla se detallará la proyección de necesidad de personal para cumplir con todas las actividades que requiere la empresa, de esta manera garantizar el servicio de calidad, manteniendo un personal eficiente.

Tabla 46

Necesidades de Personal

AÑO	Nº PERSONAS	CATEGORÍA	TIPO DE CONTRATO	HORAS DE TRABAJO
2020	1	Gerente General	Definido	8
	1	Jefe Administrativo	Definido	8
	1	Jefe de operaciones	Definido	8
	1	Asesor de ventas	Definido	8
2021	1	Asistente de mantenimiento de la app	Definido	8
	1	Asistente de Marketing	Definido	8
2022	1	Asesor de ventas	Definido	8
2023	1	Auxiliar de TTHH	Definido	8
2024	1	Secretaria	Definido	8
2025	2	Agente de servicio Post venta	Definido	8

CAPITULO IV

4. Jurídico Legal

4.1. Objetivo del capítulo

Describir la figura legal, normativa, reglamento interno vigentes para la ciudad de Quito para la creación de La Chaucha.

4.2. Determinación de la forma jurídica

La chaucha, aplicación móvil de servicios ocasionales, se registrará como Sociedad por acciones simplificada (SAS).

Beneficios:

- No se necesita un capital mínimo para la constitución de una SAS en el Ecuador.
- Se puede conformar de manera unipersonal, con solo 1 accionista.
- Se elimina trámites que demandan tiempo: Escritura pública, inscripciones en el registro mercantil, se designa todos los trámites a la Superintendencia de Compañías.

Pasos para constituir una SAS

Tabla 47

Requisitos para Constituir una SAS

Requisitos para constituir una SAS
1. Certificado electrónico del accionista
2. Reserva de la denominación
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.

Nota: La tabla representa los requisitos para construir una SAS. Adaptado de (SUPERCIAS, 2020)

Tabla 48

Pasos para Constituir una SAS

PASOS PARA CONSTITUIR UNA SAS

1. Crear reserva de denominación.
 - A) Ingrese al portal www.supercias.gob.ec
 - B) Ingrese al portal de trámites - sector societario.
 - C) Ingrese usuario y clave, escoja la opción reserva de denominación
 - D) Ingrese a la opción constitución.
 - E) Siga los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipo de compañía SAS.
 - F) Terminado el proceso imprima su reserva.
 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. Envíe 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 firmada 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 SAS, 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.

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 inscripciones correspondientes.

Nota: La tabla representa los pasos para construir una SAS. Adaptado de (SUPERCIAS, 2020)

4.3. Registros de marcas

“Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas” (SENADI, 2019)

Tabla 49

Proceso para el Registro de Marcas

PROCESO PARA EL REGISTRO DE MARCAS

1. Ingresar en la página del Senadi: www.derechosintelectuales.gob.ec
 2. Seleccione programa/servicios
 3. Ingrese opción casillero virtual
 4. Llene los datos que le solicitan en el casillero virtual (si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el ruc de la empresa)
-

-
5. Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de mi casillero para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero virtual.
 6. Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a solicitudes en línea.
 7. Ingrese con su usuario y contraseña
 8. Ingrese a la opción pagos
 9. Opción tramites no en línea
 10. Opción generar comprobante
 11. Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la tasa de pago: (ingrese el código 1.1.10.)
 12. Ingrese los datos y botón generar comprobante
 13. Imprima el comprobante
 14. Asista el banco del pacifico a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea
 15. Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el banco del pacífico después de haber pagado)
 16. Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el nombre exacto de la marca, que desea verificar.
 17. Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.
-

Nota: La tabla representa el proceso para el registro de marcas. Adaptado de (SENADI, 2019)

Tabla 50

Trámite para el Registro de la Marca

TRÁMITE PARA EL REGISTRO DE LA MARCA

18. Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.
 19. Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña.
 20. Opción registro.
 21. Del listado escoja la opción solicitud de signos distintivos.
 22. Proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca.
-

-
23. Proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca.
 24. Botón guardar.
 25. Botón vista previa.
 26. Botón generar comprobante de pago, que tiene un costo de \$208,00.
 27. Cancele en el banco del pacífico
 28. Ícono inicio de proceso.
-

Nota: La tabla representa el trámite para el registro de la marca. Adaptado de (SENADI, 2019)

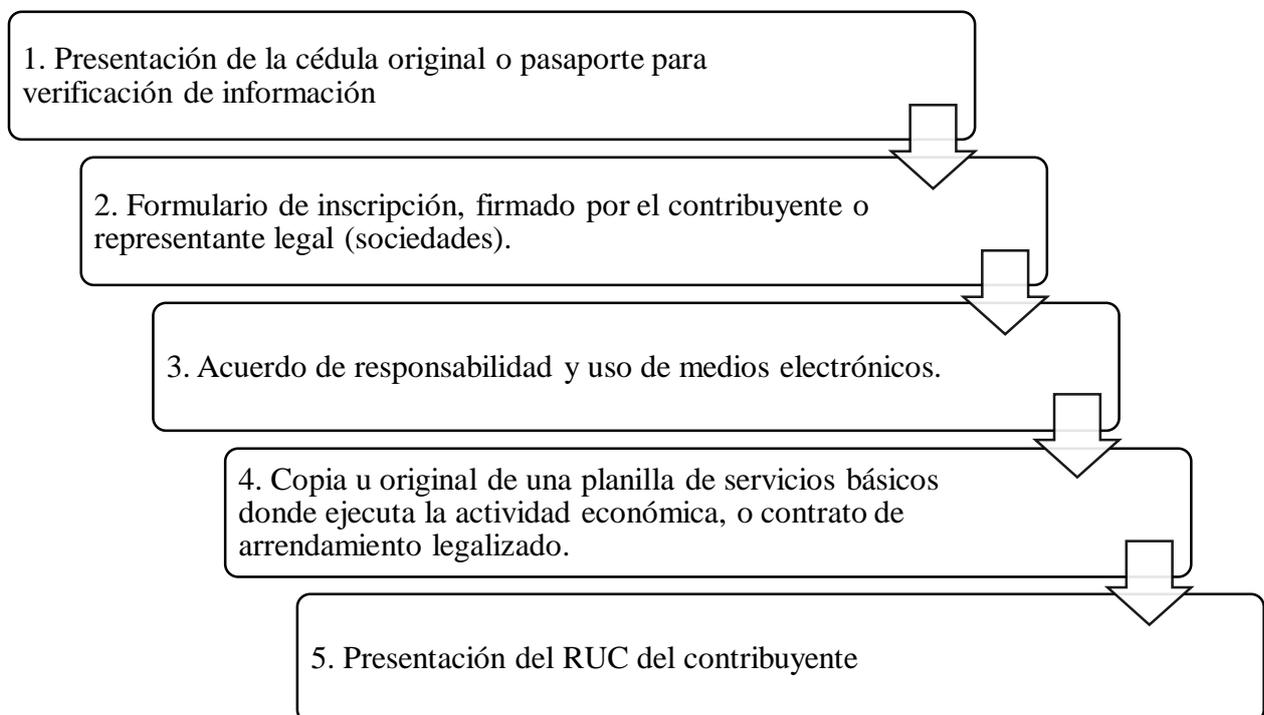
4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

RAET: Registro de Actividades Económicas

“Se conoce como RAET al registro de actividades económicas tributarias mediante el cual se le asigna un número al contribuyente para su inscripción en el catastro.” (MUNICIPIO DE QUITO, 2020)

Figura 26

Registro de Actividades Económicas y Tributarias



Nota: El gráfico representa el proceso de registro de actividades económicas y tributarias.

Adaptado de (RAET, 2020)

RUC: Registro Único de Contribuyentes

Trámite habilitado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) que permite a las personas naturales (extranjeras) realizar la inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC), mediante la presentación de los requisitos correspondientes en las diferentes ventanillas habilitadas al ciudadano a nivel nacional.

Requisitos:

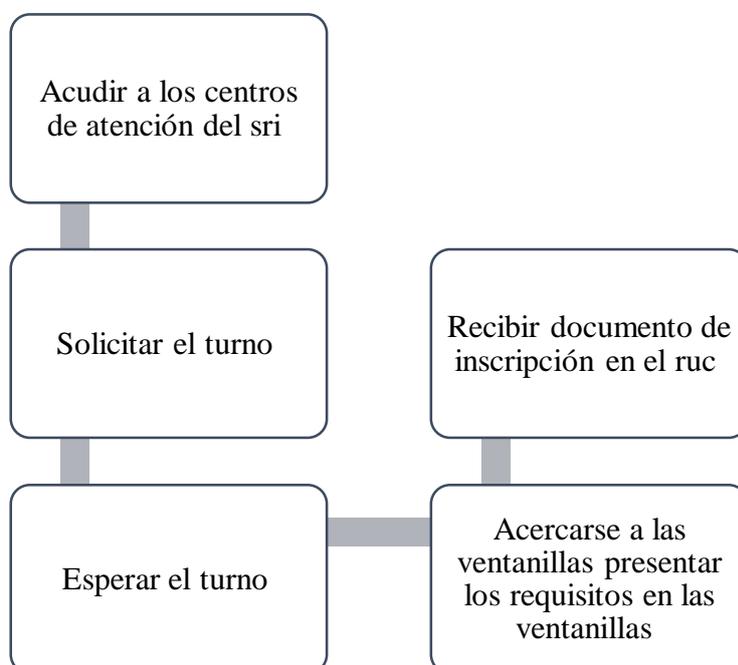
- Pasaporte
- Credencial de agente diplomático
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

Requisitos especiales:

- Carta de autorización en línea
- Poder general o especial

Figura 27

Pasos para Obtener el RUC



Nota: El gráfico representa los pasos para obtener el RUC en el Servicio de rentas internas. Adaptado de (SRI, 2020)

LUAE: Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas

“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.

Emisión y renovación.

1. Emisión (actividades económicas nuevas que se desarrollan en un establecimiento o LUAE's otorgadas que no cumplieron con las renovaciones consecutivas.)

En función de las características de la actividad económica y ubicación del establecimiento, la LUAE se puede otorgar mediante los siguientes procedimientos de emisión:

A. Simplificado: la autoridad otorgante es la administración zonal a donde pertenece el establecimiento y las inspecciones de cumplimiento de reglas técnicas de los *componentes de la LUAE, son aleatorias y posteriores a la entrega de la licencia.

B. Ordinario: la autoridad otorgante es la administración zonal a donde pertenece el establecimiento y las inspecciones de cumplimiento de reglas técnicas de los *componentes de la LUAE, son obligatorias y posteriores a la entrega de la licencia.

C. Ordinario (actividades económicas turísticas): la autoridad otorgante es la administración zonal a donde pertenece el establecimiento y las inspecciones de cumplimiento de reglas técnicas de los *componentes de la LUAE, son obligatorias y previas a la entrega de la licencia.

D. Ordinario (validación de pre existencia).- la autoridad otorgante es la administración zonal a donde pertenece el establecimiento. se valida la preexistencia de la actividad económica con la presentación de los requisitos documentales correspondientes y las inspecciones de cumplimiento de reglas técnicas de los *componentes de la LUAE; son obligatorias y previas a la entrega de la licencia.

E. Especial: la autoridad otorgante es la secretaría general de seguridad y gobernabilidad. cumple con informes y mesas de trabajo de las entidades municipales y gubernamentales relacionadas con el ejercicio de la actividad económica y las inspecciones de cumplimiento de reglas técnicas de los *componentes de la LUAE, son obligatorias y previas a la entrega de la licencia.

F. Especial (validación de preexistencia): la autoridad otorgante es la secretaría de territorio, hábitat y vivienda. se valida la preexistencia de la actividad económica con la presentación de los requisitos documentales correspondientes; se cumple con informes y mesas de trabajo de entidades municipales y gubernamentales relacionadas con el ejercicio de la actividad económica y las inspecciones de cumplimiento de reglas técnicas de los *componentes de la LUAE, son obligatorias y previas a la entrega de la licencia.

2. Renovación para actividades económicas que se desarrollan en un establecimiento y que cuentan con la LUAE otorgada el año inmediato anterior.

El procedimiento de renovación es anual y automático siempre que el establecimiento cumpla con las reglas técnicas de los *componentes de la LUAE y con el pago del impuesto de patente y tasas relacionadas con la actividad económica del año inmediato anterior.

En la renovación la autoridad otorgante es la misma de la emisión y la verificación del cumplimiento de reglas técnicas de los componentes es posterior y aleatoria a la entrega de la licencia” (LUAE, 2020)

Tabla 51

Requisitos para obtener la LUAE

N°	REQUISITOS
ACTIVIDADES ECONÓMICAS NUEVAS	
1	Formulario de Solicitud LUAE (Generado del sistema informático de LUAE).
2	Cédula original del titular o Representante legal.
3	RUC original
TERCERA PERSONA	
4	Carta de Autorización del titular o representante legal.
5	Cédula original de la persona que realiza el trámite.
RENOVACIÓN	
1	Cédula original del titular o Representante legal.
	Comprobante de Renovación de LUAE, generado del sistema informático de LUAE y únicamente si se actualizó la información respecto a: Sector o Referencia, Teléfonos,
2	Correo Electrónico y Representante Legal.
TERCERA PERSONA	
3	Carta de Autorización del titular o representante legal.
4	Cédula original de la persona que realiza el trámite.

Nota: La tabla representa los requisitos para obtener la LUAE. Adaptado de (LUAE, 2020)

Tabla 52

Pasos para obtener la LUAE

-
- 1.** Seleccione en el portal de servicios en línea: "LUAE en línea"
 - 2.** Digite el número de ruc y la clave de la patente
 - 3.** Seleccione el tipo de trámite que va a realizar: "emisión" o "renovación" y "establecimiento fijo"
 - 4.** Si se tiene valores pendientes, cancele estos valores en cualquier entidad financiera e inicie nuevamente el trámite.
 - 5.** Es necesario que el número de predio y dirección que registre corresponda al establecimiento donde realiza la actividad económica y no a su domicilio.
 - 6.** Continúe con el registro de información solicitada en las secciones: "1 datos generales", "2 actividad económica / mapa", "3 autorizaciones administrativas" y "4 dirección establecimiento".
 - 7.** Valide los datos ingresados y guarde la información.
 - 8.** El sistema le presentará una pantalla con el número de trámite generado
 - 9.** Imprima el "formulario de solicitud LUAE".
 - 10.** Proceda con la firma del formulario y entrega de requisitos en la
*autoridad otorgante que le corresponde según el procedimiento de emisión.
 - 11.** El analista de la autoridad otorgante procederá con la impresión de la LUAE.
 - 12.** Finalmente reciba la LUAE y firme la recepción de la licencia en el talonario de la especie.

Nota: La tabla representa los pasos para obtener la LUAE. Adaptado de (LUAE, 2020)

CAPITULO V

5. Evaluación Financiera

5.1. Objetivos del capítulo

Describir los elementos necesarios para la funcionalidad de la empresa demostrando su sostenibilidad económica.

5.2. Plan de inversiones

En la siguiente tabla se detallarán los materiales necesarios para la funcionalidad de la actividad productiva, de esta manera generar una base de requerimientos que permitirán tener un panorama claro de las necesidades dando valor a las mismas.

Tabla 53

Plan de Inversiones

PLAN DE INVERSIONES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total (US\$)
MUEBLES Y ENSERES			\$3.240,00
Mesa de reuniones oficina	1	\$300,00	\$300,00
Sillas de reuniones oficina	6	\$70,00	\$420,00
Sillas de oficina	4	\$60,00	\$240,00
Asientos Pub	2	\$30,00	\$60,00
Mesa central	1	\$250,00	\$250,00
Escritorio básico	2	\$150,00	\$300,00
Escritorio en forma de "L"	3	\$200,00	\$600,00
Silla ergonómica	4	\$80,00	\$320,00
Silla de espera bipersonal	5	\$150,00	\$750,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			\$5.000,00
Computadoras	5	\$800,00	\$4.000,00
Impresora	4	\$250,00	\$1.000,00

EQUIPO DE SOFTWARE			\$9.000,00
Diseño de app	1	\$1.000,00	\$1.000,00
Desarrollo de app	1	\$8.000,00	\$8.000,00
EQUIPO DE OFICINA			\$590,00
Teléfonos de escritorio	4	\$80,00	\$320,00
Repetidor router Wi-Fi	2	\$60,00	\$120,00
Kit de cámaras de vigilancia	1	\$150,00	\$150,00
SUMINISTROS DE OFICINA			\$384,00
Papelera	4	\$6,00	\$24,00
Papelera de reciclaje	4	\$15,00	\$60,00
Archivador	3	\$80,00	\$240,00
Lámparas de escritorio	4	\$15,00	\$60,00
GASTO DE CONSTITUCION			\$728,00
Registro de marca	1	\$208,00	\$208,00
Patente Municipal	1	\$20,00	\$20,00
Constitución SAS	1	\$500,00	\$500,00
CAPITAL DE TRABAJO (3 meses)			\$13.351,15
TOTAL			\$31.909,15

Para establecer el capital de trabajo de proyecto a 3 meses los gastos que en la siguiente tabla se detallarán:

Tabla 54
Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO (3 meses)			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$10.129,02
Arriendo oficina	3	\$800,00	\$2.400,00
Servicios básicos			\$435,00
Agua	3	\$15,00	\$45,00
Luz	3	\$40,00	\$120,00
Teléfono	3	\$40,00	\$120,00
Internet	3	\$50,00	\$150,00
Depreciación			\$512,42
Muebles y enseres	3	\$27,00	\$81,00
Equipo de computación	3	\$138,89	\$416,67
Equipo de oficina	3	\$4,92	\$14,75
Sueldos Personal			\$6.781,60
Sueldo Contador Serv. profesional	3	\$400,00	\$1.200,00
Sueldo Gerente general	3	\$693,53	\$2.080,60
Sueldo jefe Administrativo	3	\$583,50	\$1.750,50
Sueldo jefe de Operaciones	3	\$583,50	\$1.750,50

GASTOS FINANCIEROS			\$607,73
Interés Préstamo			\$607,73
Interés Mes 1	1	\$205,05	\$205,05
Interés Mes 2	1	\$215,99	\$215,99
Interés Mes 3	1	\$186,69	\$186,69
GASTOS DE VENTAS			\$2.614,40
Kit bioseguridad	3	\$80,00	\$240,00
Publicidad	3	\$200,00	\$600,00
Plan de celular (4 personas)	3	\$100,00	\$300,00
Sueldo Asesores de ventas	3	\$473,47	\$1.420,40
Google Workspace Database	3	\$18,00	\$54,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)			\$13.351,15

5.3. Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1. Mano de Obra

La mano de obra aplicada para este modelo de negocio se plantea netamente administrativa, por lo que se incurrirá a la contratación de los siguientes mandos, generando un equipo de trabajo eficiente que cumpla con las demandas del usuario y de la aplicación móvil.

Tabla 55

Rol de Pago Administrativo

ROL DE PAGO ADMINISTRATIVO										
Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Sueldo	INGRESOS			DESCUENTOS		Valor Total
					Ingresos Otros	Total	Aporte personal 9,45%	Total		
1	Michelena Velásquez Jean Pierre	Gerente General Jefe	GT001	\$600,00	\$ -	\$600,00	\$56,70	\$56,70	\$543,30	
2	Reyes Solis Carlos Javier	Administrativo Jefe de	CM001	\$500,00	\$ -	\$500,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75	
3	Sosa Carrillo Alberto José	Operaciones	TH001	\$500,00	\$ -	\$500,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75	
5	Murillo Felix Roberto Pablo	Asesor de ventas	AV002	\$400,00	\$ -	\$400,00	\$37,80	\$37,80	\$362,20	

Tabla 56*Provisión Personal Administrativo y Ventas*

PROVISIONES				
Aporte patronal 11,15%	Décimo XIII	Décimo XIV	Total	Costo mano obra
\$66,90	\$50,00	\$33,33	\$150,23	\$693,53
\$55,75	\$41,67	\$33,33	\$130,75	\$583,50
\$55,75	\$41,67	\$33,33	\$130,75	\$583,50
\$44,60	\$33,33	\$33,33	\$111,27	\$473,47
COSTO MENSUAL MANO DE OBRA				\$2.334,00

Como requisitos por ley en una contratación laboral y por derecho del trabajador recibe como beneficio la afiliación al IESS como el pago de décimo tercero y cuarto, la tabla anterior detalla los valores totales a pagar considerando los antes mencionados.

5.3.2. Depreciación

El activo fijo en el que incurre la empresa por el paso del tiempo, así como su uso prolongado genera una depreciación en el bien, por lo que se requiere calcular el desgaste en base al tipo de bien. La depreciación puede deberse a la obsolescencia del bien o su discontinuidad por lo que se recomienda actualizarlo con cierta frecuencia para su óptimo uso.

Se utilizará el método de depreciación lineal para su cálculo en la siguiente tabla.

Tabla 57*Depreciación*

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES						
	Cantidad	Valor unitario	Total (USD\$)	Tiempo de depreciación	Costo anual	Costo mensual
Mesa de reuniones oficina	1	\$300,00	\$300,00	10 años	\$30,00	\$2,50
Sillas de reuniones oficina	6	\$70,00	\$420,00	10 años	\$42,00	\$3,50
Sillas de oficina	4	\$60,00	\$240,00	10 años	\$24,00	\$2,00
Asientos Pub	2	\$30,00	\$60,00	10 años	\$6,00	\$0,50
Mesa central	1	\$250,00	\$250,00	10 años	\$25,00	\$2,08
Escritorio básico	2	\$150,00	\$300,00	10 años	\$30,00	\$2,50
Escritorio en forma de "L"	3	\$200,00	\$600,00	10 años	\$60,00	\$5,00
Silla ergonómica	4	\$80,00	\$320,00	10 años	\$32,00	\$2,67
Silla de espera bipersonal	5	\$150,00	\$750,00	10 años	\$75,00	\$6,25
					TOTAL	\$27,00
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN						
	Cantidad	Valor unitario	Total (USD\$)	Tiempo de depreciación	Costo anual	Costo mensual
Computadoras	5	\$800,00	\$4.000,00	3 años	\$1.333,33	\$111,11
Impresora	4	\$250,00	\$1.000,00	3 años	\$333,33	\$27,78
					TOTAL	\$138,89
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA						
	Cantidad	Valor unitario	Total (USD\$)	Tiempo de depreciación	Costo anual	Costo mensual

Teléfonos de escritorio	4	\$80,00	\$320,00	10 años	\$32,00	\$2,67
Repetidor router Wi-Fi	2	\$60,00	\$120,00	10 años	\$12,00	\$1,00
Kit de cámaras de vigilancia	1	\$150,00	\$150,00	10 años	\$15,00	\$1,25
					TOTAL	\$4,92
					SUMA TOTAL DEPRECIACIÓN	\$170,81

5.3.3. Proyección de la depreciación

La proyección de la depreciación nos proveerá de información necesaria para conocer el tiempo útil de cada adquisición depreciable, de esta manera se podrá proyectar una compra a futuro de materiales para el desenvolvimiento de la empresa.

Tabla 58

Proyección de la Depreciación

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y enseres	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00
Equipo de computación	\$1.333,33	\$1.333,33	\$1.333,33	-	-
Equipo de oficina	\$59,00	\$59,00	\$59,00	\$59,00	\$59,00
TOTAL	\$1.716,33	\$1.716,33	\$1.716,33	\$383,00	\$383,00

5.3.4. Detalle de Costos

En el proceso de producción u oferta de un servicio necesariamente se incide en costos, el objetivo es minimizarlos para poder ofertar este bien o servicio terminado en un valor atractivo para el cliente, por lo que en la siguiente tabla se detallarán los costos en los que La chaucha incurrirá como lo son el costo por transacción, valor por uso de tarjeta de crédito o débito y los costos por mano de obra.

Tabla 59

Detalle de Costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costos unitarios	Costo mensual	Costo anual
Costo por transacción (Place to Pay)					
Tarjetas de crédito y débito	Dólares	659,7	\$0,38	\$251,21	\$3.014,57
Costos por mano de obra					
Pago colaboradores (50%)	Dólares	659,7	\$12,29	\$8.104,69	\$97.256,27
TOTAL			\$12,67	\$8.355,90	\$100.270,84

5.3.5. Proyección de Costos

Para la proyección de los costos se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación de los últimos 5 años en el Ecuador el cual es 0,90%, en la siguiente tabla se detallará los costos como el crecimiento de su valor a pagar en el tiempo.

Tabla 60

Proyección de Costos Años 1 y 2

Descripción	Costo mensual	Costos		Total año 1	Costos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Costo por transacción (Place to Pay)							
Tarjetas de crédito y débito	\$251,21	\$251,21		\$3.014,57	\$253,47		\$3.041,70
Costos por mano de obra							
Pago colaboradores (50%)	\$8.104,69	\$8.104,69		\$97.256,27	\$8.177,63		\$98.131,58
TOTAL	\$8.355,90	\$8.355,90	\$0,00	\$100.270,84	\$8.431,11	\$0,00	\$101.173,28

Tabla 61*Proyección de Costos Años 3, 4 y 5*

Costos			Costos			Costos		
Fijos	Variables	Total año 3	Fijos	Variables	Total año 4	Fijos	Variables	Total año 5
\$255,76		\$3.069,07	\$258,06		\$3.096,69	\$260,38		\$3.124,56
\$8.251,23		\$99.014,76	\$8.325,49		\$99.905,90	\$8.400,42		\$100.805,05
\$8.506,99	\$0,00	\$102.083,83	\$8.583,55	\$0,00	\$103.002,59	\$8.660,80	\$0,00	\$103.929,61

Finalmente, en el año 5 los costos por cobro de transacciones mediante tarjeta de crédito, obtuvo un valor de \$ 3.124,56 dólares, mientras que los costos de mano de obra se totalizaron por un valor de \$100.805,05 dólares los cuales son necesarios para la operatividad del proyecto.

5.3.6. Detalle de Gastos

“Gasto es la utilización o consumo de un bien o servicio a cambio de una contraprestación, se suele realizar mediante una cantidad saliente de dinero”. (Steven Pedrosa, 2015).

Para producir, abastecer, almacenar y comercializar es necesario el gasto, por lo que se ha clasificado en administrativos, de venta y financieros. En las siguientes tablas se detallarán cada uno de ellos.

Tabla 62
Gastos Administrativos

Gastos Administrativos					
Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Arriendo oficina	Dólares	\$ 800,00	1	\$800,00	\$9.600,00
Servicios básicos				\$145,00	\$1.740,00
Agua	M3	\$15,00	1	\$15,00	\$180,00
Luz	Kw/h	\$40,00	1	\$40,00	\$480,00
Teléfono	Minutos	\$40,00	1	\$40,00	\$480,00
Internet	Mybite	\$50,00	1	\$50,00	\$600,00
Depreciación				\$170,81	\$2.049,67
Muebles y enseres	Unidad	\$27,00	1	\$27,00	\$324,00
Equipo de computación	Unidad	\$138,89	1	\$138,89	\$1.666,67
Equipo de oficina	Unidad	\$4,92	1	\$4,92	\$59,00
Sueldos Personal				\$2.260,53	\$27.126,40
Sueldo Gerente general	Dólares	\$693,53	1	\$693,53	\$8.322,40
Sueldo Jefe					
Administrativo	Dólares	\$583,50	1	\$583,50	\$7.002,00

Sueldo jefe de Operaciones	Dólares	\$583,50	1	\$583,50	\$7.002,00
Sueldo Contador Serv. profesional	Dólares	\$400,00	1	\$400,00	\$4.800,00
Total Gastos Administrativos				\$3.376,34	\$40.516,07

Tabla 63

Gastos de Ventas

Gastos Ventas					
Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia a mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Kit bioseguridad (4)	Unidad	\$10,00	2	\$80,00	\$960,00
Publicidad	Dólares	\$200,00	1	\$200,00	\$2.400,00
Mantenimiento de aplicación móvil	Dólares	\$100,00	1	\$100,00	\$1.200,00
Sueldo Asesor de ventas	Dólares	\$473,47	1	\$473,47	\$5.681,60
Google Workspace Database	Dólares	\$18,00	1	\$18,00	\$216,00
Total Gastos Ventas				\$853,47	\$10.241,60

Tabla 64

Gastos Financieros

Gastos Financieros					
Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Interés Año 1	Mes	\$ 175,94	1	\$ 175,94	\$ 2.111,29
Total Gastos Financieros				\$ 175,94	\$ 2.111,29

5.3.7. Proyección Gastos

Para la proyección de gastos se considera la tasa de inflación del país como el crecimiento de la oferta de los servicios a los usuarios, la proyección de estos nos ayudará a calcular el punto de equilibrio anual en el que se justifica la creación de La chaucha.

Tabla 65*Proyección de Gastos Administrativos Años 1 y 2*

Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Arriendo oficina	\$800,00	\$800,00		\$9.600,00	\$807,20		\$9.686,40
Sueldos básicos							
Agua	\$15,00		\$15,00	\$180,00		\$15,14	\$181,62
Luz	\$40,00		\$40,00	\$480,00		\$40,36	\$484,32
Teléfono	\$40,00	\$40,00		\$480,00	\$40,36		\$484,32
Internet	\$50,00	\$50,00		\$600,00	\$50,45		\$605,40
Depreciación							
Muebles y enseres	\$27,00	\$27,00		\$324,00	\$27,24		\$326,92
Equipo de computación	\$138,89	\$138,89		\$1.666,67	\$140,14		\$1.681,67
Equipo de oficina	\$4,92	\$4,92		\$59,00	\$4,96		\$59,53
Sueldos personal							
Sueldo Gerente general	\$693,53	\$693,53		\$8.322,40	\$699,78		\$8.397,30
Sueldo Jefe Administrativo	\$583,50	\$583,50		\$7.002,00	\$588,75		\$7.065,02
Sueldo Jefe de Operaciones	\$583,50	\$583,50		\$7.002,00	\$588,75		\$7.065,02
Sueldo Contador Serv. profesional	\$400,00	\$400,00		\$4.800,00	\$403,60		\$4.843,20
TOTAL	\$3.376,34	\$3.321,34	\$55,00	\$40.516,07	\$3.351,23	\$55,50	\$40.880,71

Tabla 66*Proyección de Gastos Administrativos Años 3, 4 y 5*

Gastos			Gastos			Gastos		
Fijos	Variables	Total año 3	Fijos	Variables	Total año 4	Fijos	Variables	Total año 5
\$814,46		\$9.773,58	\$821,79		\$9.861,54	\$829,19		\$9.950,29
	\$15,27	\$183,25		\$15,41	\$184,90		\$15,55	\$186,57
	\$40,72	\$488,68		\$41,09	\$493,08		\$41,46	\$497,51
\$40,72		\$488,68	\$41,09		\$493,08	\$41,46		\$497,51
\$50,90		\$610,85	\$51,36		\$616,35	\$51,82		\$621,89
\$27,49		\$329,86	\$27,74		\$332,83	\$27,99		\$335,82
\$141,40		\$1.696,80	\$142,67		\$1.712,07	\$143,96		\$1.727,48
\$5,01		\$60,07	\$5,05		\$60,61	\$5,10		\$61,15
\$706,07		\$8.472,88	\$712,43		\$8.549,13	\$718,84		\$8.626,08
\$594,05		\$7.128,60	\$599,40		\$7.192,76	\$604,79		\$7.257,50
\$594,05		\$7.128,60	\$599,40		\$7.192,76	\$604,79		\$7.257,50
\$407,23		\$4.886,79	\$410,90		\$4.930,77	\$414,60		\$4.975,15
\$3.381,39	\$55,99	\$41.248,64	\$3.411,82	\$56,50	\$41.619,88	\$3.442,53	\$57,01	\$41.994,45

Tabla 67*Proyección de Gastos de Ventas Años 1 y 2*

Descripción	Gasto	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2
	mensual	Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Kit bioseguridad (4)	\$80,00		\$80,00	\$960,00		\$80,72	\$968,64
Publicidad	\$200,00		\$200,00	\$2.400,00		\$201,80	\$2.421,60
Mantenimiento de aplicación móvil	\$100,00	\$100,00		\$1.200,00	\$100,90		\$1.210,80
Sueldo Asesor de ventas	\$473,47	\$473,47		\$5.681,60	\$477,73		\$5.732,73
Google Workspace Database	\$18,00	\$18,00		\$216,00	\$18,16		\$217,94
TOTAL	\$871,47	\$591,47	\$280,00	\$10.457,60	\$596,79	\$282,52	\$10.551,72

Tabla 68*Proyección de Gastos de Ventas Años 3, 4 y 5*

Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
	\$81,45	\$977,36		\$82,18	\$986,15		\$82,92	\$995,03
	\$203,62	\$2.443,39		\$205,45	\$2.465,38		\$207,30	\$2.487,57
\$101,81		\$1.221,70	\$102,72		\$1.232,69	\$103,65		\$1.243,79
\$482,03		\$5.784,33	\$486,37		\$5.836,39	\$490,74		\$5.888,92
\$18,33		\$219,91	\$18,49		\$221,88	\$18,66		\$223,88
\$602,16	\$285,06	\$10.646,68	\$607,58	\$287,63	\$10.742,50	\$613,05	\$290,22	\$10.839,19

Tabla 69*Proyección de Gastos Financieros Años 1 y 2*

Descripción	Gasto		Total año 1	Gastos		Total año 2
	mensual	Fijos		Variables	Fijos	
Interés Año 1	\$113,72		\$2.111,29	\$175,94		\$160,23

Tabla 70*Proyección de Gastos Financieros Años 3, 4 y 5*

Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
	\$120,88	\$1.450,53		\$79,40	\$952,81		\$32,16	\$385,89

5.4. Plan de Financiamiento

El financiamiento es vital para que se haga realidad el proyecto, es necesario para este punto haber detallado el plan de inversión como el capital de trabajo necesario para el funcionamiento de La chaucha.

5.4.1. Forma de financiamiento

La mejor opción para llegar a un punto de equilibrio y minimizar los gastos financieros se ha optado por un financiamiento del 70% del monto requerido para cubrir la inversión inicial, el 30% restante se cubrirá con fondos propios.

Tabla 71

Forma de Financiamiento

Descripción	Parcial (USD)	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios		\$9.390,43		30%
Efectivo	\$9.390,43		30%	
Bienes	0		0%	
Recursos de terceros		\$21.910,99		70%
Préstamo privado	0		0%	
Préstamo bancario	\$21.910,99		70%	
TOTAL		\$31.301,42		100%

5.5. Cálculo de Ingresos

Mediante el estudio de mercado y los resultados de la encuesta, se obtuvo resultados positivos para la viabilidad del proyecto La chaucha. La correlación del precio establecido con la oferta potencial es crucial ya que son complementarias, por lo que se calcula los ingresos de La Chaucha en base al mercado potencial que demandará servicios de construcción para sus hogares como para oficinas y demás. La siguiente tabla detalla los ingresos por servicios brindados.

Tabla 72*Cálculo de ingreso mensual*

Servicios	Precio unitario	Costo unitario	Servicios prestados Mensual	Margen de utilidad		Ingresos Mensuales
				(\$)	%	
Electricidad						
Interruptores	\$16,30	\$8,53	60	\$7,77	48%	\$466,20
Tomacorrientes	\$16,30	\$8,53	60	\$7,77	48%	\$466,20
Focos	\$21,90	\$11,33	60	\$10,57	48%	\$634,20
Lámparas	\$21,90	\$11,33	42	\$10,57	48%	\$443,94
Ventiladores	\$21,90	\$11,33	30	\$10,57	48%	\$317,10
Ducha eléctrica	\$18,90	\$9,83	36	\$9,07	48%	\$326,52
Timbre y Citófono	\$21,90	\$11,33	36	\$10,57	48%	\$380,52
Breaker y Panel	\$31,30	\$16,03	27	\$15,27	49%	\$412,29
Gasfitería						
Servicios higiénicos	\$25,00	\$12,88	27	\$12,12	48%	\$327,24
Grifería	\$25,00	\$12,88	25,2	\$12,12	48%	\$305,42
Cañería	\$15,00	\$7,88	45	\$7,12	47%	\$320,40
Instalaciones						
Cuadros y espejos	\$21,90	\$11,33	13,5	\$10,57	48%	\$142,70
Repisas y anaqueles	\$21,90	\$11,33	13,5	\$10,57	48%	\$142,70
Accesorios de baño	\$21,90	\$11,33	22,5	\$10,57	48%	\$237,83
Televisores	\$22,20	\$11,48	18	\$10,72	48%	\$192,96
Cerrajería						
Cerraduras y chapas	\$15,70	\$8,23	30	\$7,47	48%	\$224,10
Ventanas	\$15,70	\$8,23	24	\$7,47	48%	\$179,28
Pintura y albañilería						
Pintura	\$35,00	\$17,88	15	\$17,12	49%	\$256,80
Cerámicas pared	\$35,00	\$17,88	12	\$17,12	49%	\$205,44
Pisos	\$35,00	\$17,88	12	\$17,12	49%	\$205,44
Filtraciones	\$35,00	\$17,88	12	\$17,12	49%	\$205,44
Gypsum	\$35,00	\$17,88	9	\$17,12	49%	\$154,08
Limpieza						
Piscinas	\$20,00	\$10,38	18	\$9,62	48%	\$173,16
Jardinería						
Corte de césped	\$40,00	\$20,38	12	\$19,62	49%	\$235,44

Tabla 73*Cálculo de Ingreso Anual*

Servicios	Precio unitario	Servicios prestados anualmente	Ingresos Primer año
Electricidad			
Interruptores	\$16,30	720	\$11.736,00
Tomacorrientes	\$16,30	720	\$11.736,00
Focos	\$21,90	720	\$15.768,00
Lámparas	\$21,90	504	\$11.037,60
Ventiladores	\$21,90	360	\$7.884,00
Ducha eléctrica	\$18,90	432	\$8.164,80
Timbre y Citófono	\$21,90	432	\$9.460,80
Breaker y Panel	\$31,30	324	\$10.141,20
Gasfitería			
Servicios higiénicos	\$25,00	324	\$8.100,00
Grifería	\$25,00	302	\$7.560,00
Cañería	\$15,00	540	\$8.100,00
Instalaciones			
Cuadros y espejos	\$21,90	162	\$3.547,80
Repisas y anaqueles	\$21,90	162	\$3.547,80
Accesorios de baño	\$21,90	270	\$5.913,00
Televisores	\$22,20	216	\$4.795,20
Cerrajería			
Cerraduras y chapas	\$15,70	360	\$5.652,00
Ventanas	\$15,70	288	\$4.521,60
Pintura y albañilería			
Pintura	\$35,00	180	\$6.300,00
Cerámicas pared	\$35,00	144	\$5.040,00
Pisos	\$35,00	144	\$5.040,00
Filtraciones	\$35,00	144	\$5.040,00
Gypsum	\$35,00	108	\$3.780,00
Limpieza			
Piscinas	\$20,00	216	\$4.320,00
Jardinería			
Corte de césped	\$40,00	144	\$5.760,00
TOTAL	\$235,00	1080	\$172.945,80

5.5.1. Proyección de Ingresos

Los servicios enlistados en la tabla anterior los cuales son utilizados para el cálculo de ingresos serán proyectados a 5 años para visualizar el crecimiento de ventas y generar estrategias para elevar este pronóstico.

Tabla 74*Proyección de Ingresos Año 1 y 2*

PROYECCIÓN DE INGRESOS						
INGRESOS AÑO 1				INGRESOS AÑO 2		
Servicios	Cantidad	Precio Unitario	Total año 1	Cantidad	Precio Unitario	Total año 2
Electricidad						
Interruptores	720	\$16,30	\$11.736,00	733	\$16,30	\$11.949,60
Tomacorrientes	720	\$16,30	\$11.736,00	733	\$16,30	\$11.949,60
Focos	720	\$21,90	\$15.768,00	733	\$21,90	\$16.054,98
Lámparas	504	\$21,90	\$11.037,60	513	\$21,90	\$11.238,48
Ventiladores	360	\$21,90	\$7.884,00	367	\$21,90	\$8.027,49
Ducha eléctrica	432	\$18,90	\$8.164,80	440	\$18,90	\$8.313,40
Timbre y Citófono	432	\$21,90	\$9.460,80	440	\$21,90	\$9.632,99
Breaker y Panel	324	\$31,30	\$10.141,20	330	\$31,30	\$10.325,77
Gasfitería						
Servicios higiénicos	324	\$25,00	\$8.100,00	330	\$25,00	\$8.247,42
Grifería	302	\$25,00	\$7.560,00	308	\$25,00	\$7.697,59
Cañería	540	\$15,00	\$8.100,00	550	\$15,00	\$8.247,42
Instalaciones						
Cuadros y espejos	162	\$21,90	\$3.547,80	165	\$21,90	\$3.612,37
Repisas y anaqueles	162	\$21,90	\$3.547,80	165	\$21,90	\$3.612,37
Accesorios de baño	270	\$21,90	\$5.913,00	275	\$21,90	\$6.020,62
Televisores	216	\$22,20	\$4.795,20	220	\$22,20	\$4.882,47
Cerrajería						
Cerraduras y chapas	360	\$15,70	\$5.652,00	367	\$15,70	\$5.754,87
Ventanas	288	\$15,70	\$4.521,60	293	\$15,70	\$4.603,89

Pintura y albañilería						
Pintura	180	\$35,00	\$6.300,00	183	\$35,00	\$6.414,66
Cerámicas pared	144	\$35,00	\$5.040,00	147	\$35,00	\$5.131,73
Pisos	144	\$35,00	\$5.040,00	147	\$35,00	\$5.131,73
Filtraciones	144	\$35,00	\$5.040,00	147	\$35,00	\$5.131,73
Gypsum	108	\$35,00	\$3.780,00	110	\$35,00	\$3.848,80
Limpieza						
Piscinas	216	\$20,00	\$4.320,00	220	\$20,00	\$4.398,62
Jardinería						
Corte de césped	144	\$40,00	\$5.760,00	147	\$40,00	\$5.864,83
TOTAL			\$172.945,80	\$176.093,41		

Tabla 75

Proyección Ingresos Años 3, 4 y 5

INGRESOS AÑO 3			INGRESOS AÑO 4			INGRESOS AÑO 5		
Cantidad	Precio Unitario	Total año 3	Cantidad	Precio Unitario	Total año 4	Cantidad	Precio Unitario	Total año 5
746	\$16,30	\$12.167,08	760	\$16,30	\$12.388,52	774	\$16,30	\$12.613,99
746	\$16,30	\$12.167,08	760	\$16,30	\$12.388,52	774	\$16,30	\$12.613,99
746	\$21,90	\$16.347,18	760	\$21,90	\$16.644,70	774	\$21,90	\$16.947,63
523	\$21,90	\$11.443,02	532	\$21,90	\$11.651,29	542	\$21,90	\$11.863,34
373	\$21,90	\$8.173,59	380	\$21,90	\$8.322,35	387	\$21,90	\$8.473,82
448	\$18,90	\$8.464,70	456	\$18,90	\$8.618,76	464	\$18,90	\$8.775,62
448	\$21,90	\$9.808,31	456	\$21,90	\$9.986,82	464	\$21,90	\$10.168,58

336	\$31,30	\$10.513,70	342	\$31,30	\$10.705,05	348	\$31,30	\$10.899,88
336	\$25,00	\$8.397,52	342	\$25,00	\$8.550,36	348	\$25,00	\$8.705,97
314	\$25,00	\$7.837,69	319	\$25,00	\$7.980,33	325	\$25,00	\$8.125,58
560	\$15,00	\$8.397,52	570	\$15,00	\$8.550,36	580	\$15,00	\$8.705,97
168	\$21,90	\$3.678,12	171	\$21,90	\$3.745,06	174	\$21,90	\$3.813,22
168	\$21,90	\$3.678,12	171	\$21,90	\$3.745,06	174	\$21,90	\$3.813,22
280	\$21,90	\$6.130,19	285	\$21,90	\$6.241,76	290	\$21,90	\$6.355,36
224	\$22,20	\$4.971,33	228	\$22,20	\$5.061,81	232	\$22,20	\$5.153,94
373	\$15,70	\$5.859,60	380	\$15,70	\$5.966,25	387	\$15,70	\$6.074,84
299	\$15,70	\$4.687,68	304	\$15,70	\$4.773,00	310	\$15,70	\$4.859,87
187	\$35,00	\$6.531,41	190	\$35,00	\$6.650,28	193	\$35,00	\$6.771,31
149	\$35,00	\$5.225,13	152	\$35,00	\$5.320,22	155	\$35,00	\$5.417,05
149	\$35,00	\$5.225,13	152	\$35,00	\$5.320,22	155	\$35,00	\$5.417,05
149	\$35,00	\$5.225,13	152	\$35,00	\$5.320,22	155	\$35,00	\$5.417,05
112	\$35,00	\$3.918,84	114	\$35,00	\$3.990,17	116	\$35,00	\$4.062,79
224	\$20,00	\$4.478,68	228	\$20,00	\$4.560,19	232	\$20,00	\$4.643,19
149	\$40,00	\$5.971,57	152	\$40,00	\$6.080,25	155	\$40,00	\$6.190,92
		\$179.298,31			\$182.561,54			\$185.884,16

5.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se produce cuando los costos y gastos son iguales a los ingresos de la empresa, el tener esto en cuenta es beneficioso para así crear estrategias de mejora o redefinición del camino hacia donde están dirigidos los esfuerzos de la empresa.

1. EN UNIDADES FÍSICAS

$$PE u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE u = \frac{\$12.268,71}{\$24,57 - \$12,67}$$

$$PE u = \frac{\$12.268,71}{\$11,90}$$

$$PE u = 10.031$$

2. EN UNIDADES MONETARIAS

$$PE \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CVU}{PVU}}$$

$$PE \$ = \frac{\$12.268,71}{1 - \left(\frac{\$12,67}{\$24,57}\right)}$$

$$PE \$ = \frac{\$12.268,71}{1 - 0,52}$$

$$PE \$ = \frac{\$12.268,65}{0,48}$$

$$PE \$ = 25.322,31$$

3. EN VALORES RELATIVOS (%)

$$PE \% = \frac{PE \$}{IT} \times 100$$

$$PE \% = \frac{\$25.322,31}{\$14.412,15} \times 100$$

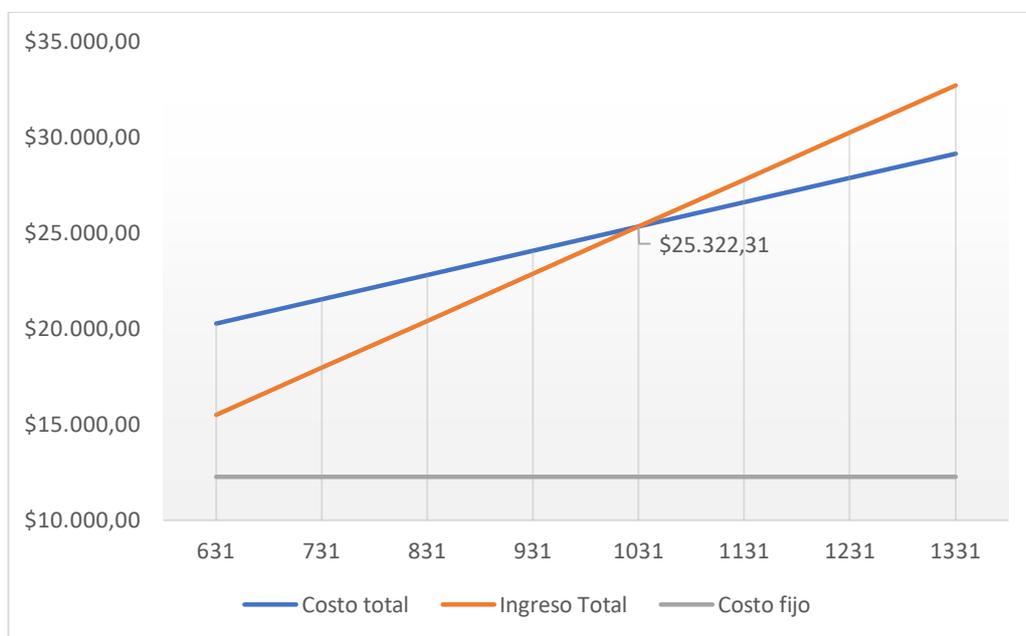
$$PE \% = 1,76 \times 100$$

$$PE \% = 175,70$$

La siguiente gráfica demuestra la comparativa entre unidades físicas y valores monetarios para alcanzar el punto de equilibrio.

Tabla 76

Punto de Equilibrio



5.7. Estado de Resultados Proyectado

Tabla 77

Estado de Resultados Proyectado

Estado de resultados proyectado					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$172.945,80	\$176.093,41	\$179.298,31	\$182.561,54	\$185.884,16
(-) Costo de ventas	\$100.270,84	\$101.173,28	\$102.083,83	\$103.002,59	\$103.929,61
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$72.674,96	\$74.920,14	\$77.214,48	\$79.558,95	\$81.954,55
(-) Gastos de venta	\$10.457,60	\$10.551,72	\$10.646,68	\$10.742,50	\$10.839,19
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$62.217,36	\$64.368,42	\$66.567,80	\$68.816,45	\$71.115,36
(-) Gastos Administrativos	\$40.516,07	\$40.880,71	\$41.248,64	\$41.619,88	\$41.994,45
(=) UTILIDAD NETA OPERACIONAL	\$21.701,30	\$23.487,71	\$25.319,16	\$27.196,57	\$29.120,91
(-) Gastos Financieros	\$2.111,29	\$1.922,73	\$1.450,53	\$952,81	\$385,89
(+) Otros ingresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-) Otros Egresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$21.701,30	\$23.487,71	\$25.319,16	\$27.196,57	\$29.120,91
(-) 15% Participación trabajadores	\$3.255,19	\$3.523,16	\$3.797,87	\$4.079,49	\$4.368,14
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$18.446,10	\$19.964,55	\$21.521,28	\$23.117,09	\$24.752,77
(-) 22 % Impuesto a la renta	\$4.058,14	\$4.392,20	\$4.734,68	\$5.085,76	\$5.445,61
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$14.387,96	\$15.572,35	\$16.786,60	\$18.031,33	\$30.198,38

Este análisis muestra la utilidad o pérdida después de detallar los ingresos menos gastos y costos que la empresa incurre.

5.8. Flujo de Caja

Esta herramienta detallará el aumento o disminución de activos corrientes lo que se traduce en mayor capacidad para reinvertir en el negocio, liquidar deudas, tener un respaldo para posibles demandas económicas en la empresa, en efecto la solvencia de la empresa.

Tabla 78

Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A INGRESOS OPERACIONALES	\$0,00	\$172.945,80	\$176.093,41	\$179.298,31	\$182.561,54	\$185.884,16
Ingresos por ventas	\$0,00	\$172.945,80	\$176.093,41	\$179.298,31	\$182.561,54	\$185.884,16
B EGRESOS OPERACIONALES	-\$31.909,15	\$153.355,79	\$154.528,43	\$155.429,69	\$156.317,78	\$157.149,14
Costos	\$0,00	\$100.270,84	\$101.173,28	\$102.083,83	\$103.002,59	\$103.929,61
Gastos administrativos	\$0,00	\$40.516,07	\$40.880,71	\$41.248,64	\$41.619,88	\$41.994,45
Gastos de ventas	\$0,00	\$10.457,60	\$10.551,72	\$10.646,68	\$10.742,50	\$10.839,19
Gastos financieros	\$0,00	\$2.111,29	\$1.922,73	\$1.450,53	\$952,81	\$385,89
Muebles y enseres	-\$3.240,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Equipo de computación	-\$5.000,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Equipo de software	-\$9.000,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Equipo de oficina	-\$590,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Suministros de oficina	-\$384,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Gasto de constitución	-\$728,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Capital de trabajo	-\$13.351,15	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
C FLUJO OPERACIONAL (A-B)	-\$31.909,15	\$19.590,01	\$21.564,98	\$23.868,63	\$26.243,76	\$28.735,02
D INGRESOS NO OPERACIONALES						
E EGRESOS NO OPERACIONALES	\$0,00	\$7.313,34	\$7.915,36	\$8.532,56	\$9.165,25	\$9.813,75
Participación de utilidades 15%	\$0,00	\$3.255,19	\$3.523,16	\$3.797,87	\$4.079,49	\$4.368,14
Impuesto a la renta 22%	\$0,00	\$4.058,14	\$4.392,20	\$4.734,68	\$5.085,76	\$5.445,61

F FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$0,00	-\$7.313,34	-\$7.915,36	-\$8.532,56	-\$9.165,25	-\$9.813,75
G FLUJO NETO GENERADO (C-F)	-\$31.909,15	\$26.903,34	\$29.480,34	\$32.401,18	\$35.409,01	\$38.548,77
H SALDO INICIAL DE CAJA	-\$13.351,15	-\$18.558,00	\$8.345,34	\$37.825,68	\$70.226,86	\$105.635,87
I SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	-\$18.558,00	\$8.345,34	\$37.825,68	\$70.226,86	\$105.635,87	\$144.184,64

5.9. Evaluación financiera

De un inicio mediante la encuesta permitió llegar al mercado meta el cual hará uso de los servicios, la demanda de servicios de construcción es amplia, el mercado de servicios en plataformas digitales va en aumento, el paso de este sector a un modelo de negocio digital es inminente, las tablas anteriores reflejan un crecimiento. Es necesario brindar servicios de calidad para la fidelización y establecimiento de la marca, por lo que las metas de La Chaucha están enfocadas en dar solución a este mercado que requiere estos servicios. La tasa interna de retorno según los requerimientos para el establecimiento de la empresa es positiva y cumple con los parámetros de sustentabilidad.

5.9.1. Indicadores

Las siguientes unidades de medición permitirán evaluar el rendimiento económico actual en la empresa.

5.9.1.1. Valor Actual Neto (VAN)

“El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable.” (Enrique Santa Cruz, 2017)

Tabla 79

Cálculo de TMAR

	% Participación	Tasa de rentabilidad	Promedio ponderado
Fondos propios	30%	9,23%	2,77%
Fondos de terceros (BCO)	70%	11,23%	7,86%
		TMAR	10,63%

La tasa se encuentra dentro de los parámetros de aceptabilidad para la inversión ya que es atractiva para terceros.

5.9.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.” (Andrés Sevilla Arias, 2017)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Tabla 80
VAN-TIR

Flujo de caja proyectado					
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-\$31.909,15	\$26.903,34	\$29.480,34	\$32.401,18	\$35.409,01	\$38.548,77
Inversión Inicial	Flujo de caja				
VAN	\$151.145,20				
TIR	88%				

5.9.1.3. Beneficio Costo

El siguiente cálculo permitirá verificar si los beneficios son mayores a los costos generados en la actividad económica.

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

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

VAC: Valor actual de la inversión inicial

Tabla 81*Relación Beneficio - Costo*

Flujo de caja			
Año	Inversión	Ingresos	Egresos
0	\$31.909,15		
1		\$172.945,80	\$153.355,79
2		\$176.093,41	\$154.528,43
3		\$179.298,31	\$155.429,69
4		\$182.561,54	\$156.317,78
5		\$185.884,16	\$157.149,14
VNA Ingresos		\$666.674,40	
VNA Egresos		\$578.858,67	
Costo-Beneficio		1,15	

Se asume como regla de decisión, la aceptación del proyecto ya que la relación Costo/Beneficio es positiva ya que se encuentra mayor a 1.

5.9.1.4. Período de Recuperación

Indicador que mide el tiempo en el que se recupera la inversión a valor presente, la cual nos detallará con precisión el día, mes o año en el que se recuperará a su totalidad la inversión.

$$Payback = \frac{I_0}{F}$$

Dónde:

I₀ Es la inversión inicial del proyecto

F Es el valor de los flujos de caja

Tabla 82*Periodo de Recuperación*

Año	Flujo de efectivo actualizado	Saldo acumulado
0	-\$31.909,15	-\$31.909,15
1	\$26.903,34	-\$5.005,80
2	\$29.480,34	\$24.474,53
3	\$32.401,18	\$56.875,72
4	\$35.409,01	\$92.284,73
5	\$38.548,77	\$130.833,49

P.R.I	=	$\frac{1}{10}$	Años Meses
-------	---	----------------	---------------

La inversión se recuperará en 1 año 10 meses por el sector en donde se encuentra y medido en base a la tasa de inflación y crecimiento poblacional, así como de factores de una alta inversión bancaria. Este dato nos muestra la viabilidad de La Chaucha y su sustentabilidad a futuro, con un crecimiento significativo.

BIBLIOGRAFÍA

- Adobe . (2021). *Adobe*. Obtenido de <https://www.adobe.com/la/products/xd.html>
- Andrés Sevilla Arias. (15 de Julio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Banco del Austro. (2021). *Banco del Austro*. Obtenido de <https://www.bancodelaustro.com/simuladorcredito/index.html>
- Cepeda, M. D. (25 de Noviembre de 2020). *Zona económica*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/matriz-del-perfil-competitivo>
- Cortés, E. (16 de Julio de 2020). *Por qué conocer mejor a tus clientes*. Obtenido de sage: <https://www.sage.com/es-es/blog/por-que-conocer-clientes/>
- Enrique Santa Cruz. (24 de Enero de 2017). *Esan graduate school of business*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>
- Escoto, J. (9 de Mayo de 2019). *El blog de Jaime*. Obtenido de <http://blog.jescoto.com/clases/comercio-electronico-clases/5-fuerzas-de-porter>
- Espejo, F. &. (2003).
- GADDMQ. (2020). *Licencia Metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas - LUAE*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
- Higiene industrial y ambiente. (2020). *Reglamento interno de seguridad y salud ocupacional*. Obtenido de <http://www.higieneindustrialyambiente.com/reglamentos-seguridad-salud-planes-de-emergencia-quito-guayaquil-cuenca-ecuador.php?tablajb=reglamentos&p=13&t=reglamento-interno-de-seguridad-y-salud-ocupacional&>
- INEC. (2021). *Instituto Nacional de estadística y censos*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-enero-2021/>
- Isotools. (08 de Marzo de 2018). *¿Qué es un checklist y cómo se debe utilizar?* Obtenido de <https://www.isotools.org/2018/03/08/que-es-un-checklist-y-como-se-debe-utilizar/>
- Kotlin. (28 de Mayo de 2021). *Kotlin*. Obtenido de <https://kotlinlang.org/docs/getting-started.html>
- LUAE. (19 de Agosto de 2020). *Económicas, licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>

MDT. (2020). *Ministerio del Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>

Mercado libre. (2021). *Mercado libre Ecuador*. Obtenido de <https://www.mercadolibre.com.ec/>

Mora, C. M. (08 de Junio de 2020). *Derechoecuador.com*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/riesgos-del-trabajo-en-la-legislacion-ecuatoriana>

Municipio de Quito. (2020). *Municipio de Quito*. Obtenido de https://www.quito.gob.ec/documents/portal_tributario/guia_patentes_1.5xmil.pdf

OLX. (2021). *online exchange*. Obtenido de <https://www.olx.com.ec/>

Parra, A. M. (20 de Julio de 2019). *Descubre qué es el diagrama de pareto y sus múltiples utilidades*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/diagrama-de-pareto/>

Quiroa, m. (10 de Diciembre de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html>

Quito. (2020). Obtenido de <https://quito.gob.ec/index.php/municipio/270-preguntas-frecuentes-patente>

Quito, p. (2020). *Licencia Metropolitana única para el ejercicio de actividades en el Dmq (LUAE)*. obtenido de <https://pam.quito.gob.ec/pam/pdfs/guiatramites/luae/luae.pdf>

RAET. (2020). *Registro de Actividades Económicas Tributarias*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/inscripcion-registro-actividades-economicas-tributarias-raet-distrito-metropolitano-quito#beneficiary>

Registro oficial. (19 de Febrero de 2021). *Registro Oficial Órgano de la República del Ecuador*. Obtenido de https://www.registrooficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/registro-oficial/item/download/13624_f8b8508def02afa19340bd4bfd5a0010

Roncancio, G. (19 de Agosto de 2019). *Pensemos*. Obtenido de <https://gestion.pensemos.com/indicadores-de-gestion-tipos-y-ejemplos>

Seguros, S. D. (s.f.). *Supercias*. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/images/sas.pdf>

SENADI. (2019). *Servicio Nacional de Derechos Intelectuales*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

SENADI. (2019). *Servicio Nacional de Derechos Intelectuales*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Servicio de Rentas Internas. (11 de Diciembre de 2020). *SRIi*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-regimen-general-persona-natural-ecuatoriana-extranjera-residente>

- SRI. (2020). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc#%c2%bfqu%c3%a9-es>
- Steven Pedrosa. (19 de Octubre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gasto.html>
- Supercias. (2020). *Superintendencia de Compañías Valores y Seguros*. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/images/sas.pdf>
- Supercias. (2020). *Superintendencia de Compañías Valores y Seguros*. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/images/sas.pdf>
- Supercias. (2020). *Superintendencia de Compañías Valores y Seguros*. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/images/sas.pdf>
- Tutoriales, G. (18 de Agosto de 2015). *Gestión de Operaciones*. Obtenido de <https://www.gestiondeoperaciones.net/procesos/el-proceso-de-transformacion-de-insumos-en-productos-o-servicios/#:~:text=el%20proceso%20de%20transformaci%c3%b3n%20de%20insumos%20en%20productos%20o%20servicios,-por%20geo%20tutoriales&text=un%20proceso%20pro>
- Valencia, W. A. (2014). La Demanda Insatisfecha en los proyectos de inversión pública. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*.

ANEXOS

El siguiente apartado estará dedicado a la propuesta de diseño de la aplicación móvil La chaucha. El diseño de la aplicación está enfocado a brindar la mejor experiencia de compra al usuario.

El siguiente vídeo plasma el proceso de compra de un servicio de plomería.

<https://drive.google.com/file/d/1m17mtBJrSPSYc5FABfIH0nxmOxxQzAVZ/view?usp=sharing>