



**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 APLICACIÓN DE
MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS Y SU CIRCULACIÓN EN LA CIUDAD DE
QUITO”**

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

PORTADA

Autor(a)

Katherine Estefanía Lasluisa Mosquera

Tutor(a)

Ing. María Fernanda Becerra

QUITO – ECUADOR

2022

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

Yo, Katherine Estefanía Lasluisa Mosquera. declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA APLICACIÓN DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS Y SU CIRCULACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO**”, como requisito para optar al grado de Licenciada en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 09 días del mes de agosto del 2022, firmo conforme:

Autor: Katherine Estefanía Lasluisa Mosquera

Firma:



Número de Cédula: 1721746731

Dirección: Pichincha, Quito, Calderón, Bonanza.

Correo Electrónico: estefylasluisa1989@gmail.com

Teléfono: 0958887306

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA APLICACIÓN DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS Y SU CIRCULACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO” presentado por Katherine Estefanía Lasluisa Mosquera para optar por el Título de Licenciada 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.

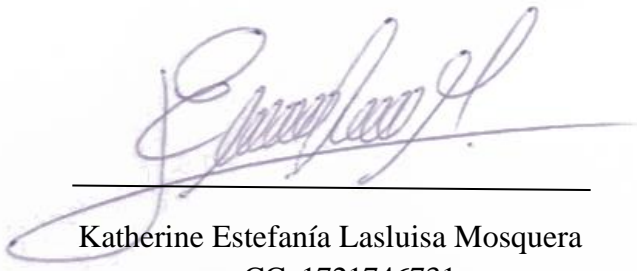
Quito, 09 de agosto del 2022

Ing. María Fernanda Becerra MSc.

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 Licenciada en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personal y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 09 de agosto del 2022



Katherine Estefanía Lasluisa Mosquera
CC. 1721746731

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 APLICACIÓN DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS Y SU CIRCULACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO, previo a la obtención del Título de Licenciada 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, 09 de agosto de 2022

.....

Ing. Ivanna Karina Sánchez MSc
VOCAL

.....

Ing. Andrés Palacio Fierro MSc.
VOCAL

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a las personas que más han influenciado en mi vida, dándome los mejores consejos, guiándome y haciéndome una persona de bien, con todo mi afecto se lo dedico a mis padres y a mi hija, puesto que ellos han sabido ser mi guía y fortaleza para alcanzar mis metas

Así como también, agradecer a nuestros maestros de la Universidad Indoamérica por la paciencia, el tiempo dedicado a nuestro aprendizaje.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres, hija y a todas las personas que fueron parte de esta etapa de estudio.

A los maestros por compartir todos sus conocimientos y así ponerlos en práctica en nuestra vida laboral.

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
CERTIFICO	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	IV
APROBACIÓN TRIBUNAL	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
INDICE DE TABLAS	XII
INIDICE DE GRÁFICOS.....	XIV
RESUMEN EJECUTIVO.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
INTRODUCCIÓN	XVII
CAPITULO I	1
1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO	1
1.2. DEFINICIÓN DEL SERVICIO	1
1.2.1. Especificación del Servicio.....	1
1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.....	2
1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO	2
1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.....	3
1.3.1.1. Categorización de sujetos	3
1.3.1.2. Estudio de Segmentación	4
1.3.1.3. Plan de muestreo	5
1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información.....	6
1.3.1.5 Diseño y recolección de información.....	8
INFORMACIÓN PRIMARIA	8
Encuesta.....	8
1.3.1.6. Análisis e Interpretación. –	11
1.3.1 Demanda potencial	21
1.4 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE	22
1.4.1 Análisis del microambiente.....	22

1.4.2	Análisis del macro ambiente.....	24
	ANALISIS PESTEL	25
1.4.3	Proyección de la oferta	28
1.4.4	Demanda Potencial Insatisfecha.....	30
1.5	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	30
1.6	SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR.....	32
1.7	SEGUIMIENTO DE CLIENTES	33
1.8	MERCADOS ALTERNATIVOS	33
	CAPITULO II.....	34
2.	ÁREA DE CAPACIDAD OPERACIONAL.....	34
2.1.	OBJETIVO DEL ESTUDIO DE CAPACIDAD OPERACIONAL.....	34
2.2.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	34
2.2.1.	Descripción del proceso de transformación del servicio	34
2.2.2.	Mapa de procesos. –	34
2.2.3.	Flujograma. –.....	35
2.2.4.	Descripción de instalaciones, equipos y personas.	37
2.2.5.	Descripción de equipos. –.....	38
2.2.6.	Descripción del personal. –	39
2.2.7.	Tecnología a aplicar.....	39
2.3.	FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	40
2.3.1.	Ritmo de capacidad operacional.....	40
2.3.2.	Nivel de inventario promedio	41
2.3.3.	Número de trabajadores	41
2.4.	CAPACIDAD OPERACIONAL	41
2.4.1.	Capacidad operacional futura	41
2.5.	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA CAPACIDAD DE OPERACIÓN.....	42
2.5.1.	Especificaciones de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar ⁴²	
2.6.	CALIDAD.....	44
2.6.1.	Método de control de calidad	44
2.7.	NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.....	46
2.7.1.	Seguridad e higiene ocupacional	46
	CAPITULO III.....	47
3.	ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	47
3.1	OBJETIVO DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	47

3.2	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	47
3.1.1.	3.2.1 Visión de la empresa.....	47
3.1.2.	3.2.2 Misión de la empres.....	47
3.1.3.	3.2.3 Objetivos y estrategias.....	47
	ANÁLISIS FODA	47
3.1.4.	3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	50
3.3.1	Organización interna.....	50
3.3.2	Descripción de puestos	51
3.4	CONTROL DE GESTIÓN	53
3.4.1	Indicador de gestión	53
3.5	NECESIDADES DE PERSONAL	55
	CAPITULO IV.....	56
4.	ÁREA JURÍDICO LEGAL	56
4.1.1.	4.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL.....	56
4.1.2.	4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	56
4.1.3.	4.3 PATENTES Y MARCA.....	57
4.1.4.	MARCA.....	57
4.1.5.	PATENTE.	57
4.4	LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES.	58
4.1.6.	RUC. (Registro Único de Contribuyentes).....	58
4.1.7.	BOMBEROS.....	59
4.1.8.	LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas).	60
	CAPITULO V.....	61
5.	ÁREA FINANCIERA	61
5.1.1.	OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO	61
5.1.2.	PLAN DE INVERSIONES	61
5.1.3.	PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	63
5.1.4.	CALCULO DE COSTOS Y GASTOS	64
5.1.5.	Detalle de costos	64
5.1.6.	Proyección de costos	65
5.1.7.	Detalle de gastos	66
5.1.8.	Proyección de gastos	67
5.1.9.	Mano de obra.....	68
5.1.10.	Depreciación.....	68
5.1.11.	Proyección de la depreciación	69

5.1.12.	CALCULO DE INGRESOS	70
5.1.13.	Proyección de ingresos	70
5.1.14.	FLUJO DE CAJA	71
5.1.15.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	72
5.1.16.	ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO	73
5.1.17.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	75
5.1.18.	Indicadores.....	75
5.1.19.	Valor actual neto (VAN)	75
5.1.20.	Tasa interna de retorno	76
5.1.21.	Beneficio costo	77
5.1.22.	Periodo de recuperación	78
	BIBLIOGRAFIA	79

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Características del Servicio</i>	1
<i>Tabla 2 Categorización de sujetos</i>	3
<i>Tabla 3 Dimensión Conductual</i>	4
<i>Tabla 4 Dimensión Geográfica</i>	4
<i>Tabla 5 Equivalencia de datos</i>	5
<i>Tabla 6 Métodos de recolección de datos</i>	7
<i>Tabla 7 Métodos de recolección de datos</i>	7
<i>Tabla 8 Seleccione el rango de su edad</i>	11
<i>Tabla 9 Seleccione el género</i>	12
<i>Tabla 10 Conoce usted de pagos electrónicos</i>	13
<i>Tabla 11 Vive en conjunto habitacional o condominio</i>	14
<i>Tabla 12 Con qué frecuencia realiza pagos para el conjunto</i>	15
<i>Tabla 13 Envío electrónico de comprobantes</i>	16
<i>Tabla 14 Como le gustaría recibir su comprobante de pago</i>	17
<i>Tabla 15 Porque medio le gustaría recibir su comprobante de pago</i>	18
<i>Tabla 16Cuál de los siguientes ítems es decisivo al elegir un servicio</i>	19
<i>Tabla 17 Dónde le gustaría encontrar más información</i>	20
<i>Tabla 18 Cálculo de la demanda potencial</i>	21
<i>Tabla 19 Descripción Calderón</i>	27
<i>Tabla 20 Oferta</i>	29
<i>Tabla 21 Oferta proyectada</i>	29
<i>Tabla 22 Demanda Insatisfecha</i>	30
<i>Tabla 23 Plan de medios</i>	31
<i>Tabla 24 Descripción de Equipos de Computación</i>	38
<i>Tabla 25 Descripción de Muebles y Enseres</i>	39
<i>Tabla 26 Descripción del personal</i>	39
<i>Tabla 27 Ritmo de Capacidad Operacional Administración</i>	40
<i>Tabla 28 Ritmo de Capacidad Operacional vendedor</i>	40
<i>Tabla 29 Inventario Promedio</i>	41
<i>Tabla 30 Capacidad de operación</i>	42
<i>Tabla 31 Capacidad de operación futura</i>	42
<i>Tabla 32 Materia Prima y la Sustitución</i>	43

Tabla 33 <i>Suministros de oficina</i>	43
Tabla 34 <i>Diagrama de Pareto</i>	44
Tabla 35 <i>Matriz FODA</i>	48
Tabla 36 <i>Objetivos y Estrategias</i>	49
Tabla 37 <i>Descripción de Puesto Gerente - Administrador</i>	51
Tabla 38 <i>Descripción de Puesto Gestión de Producción</i>	52
Tabla 39 <i>Descripción de Puesto Gestión de Ventas</i>	53
Tabla 40 <i>Indicadores de Gestión</i>	54
Tabla 41 <i>Personal</i>	55
Tabla 42 <i>Capital de Trabajo</i>	61
Tabla 43 <i>Plan de Inversión</i>	62
Tabla 44 <i>Plan de Financiamiento</i>	63
Tabla 45 <i>Estructura del Financiamiento</i>	63
Tabla 46 <i>Detalle de Costos</i>	64
Tabla 47 <i>Proyección de Costos</i>	65
Tabla 48 <i>Detalle de Gastos</i>	66
Tabla 49 <i>Proyección de Gastos</i>	67
Tabla 50 <i>Mano de obra</i>	68
Tabla 51 <i>Depreciación</i>	68
Tabla 52 <i>Proyección de la Depreciación</i>	69
Tabla 53 <i>Ingresos proyectados</i>	70
Tabla 54 <i>Flujo de Caja</i>	71
Tabla 55 <i>Datos para el calculo</i>	72
Tabla 56 <i>Estados de Resultados</i>	74
Tabla 57 <i>Indicadores</i>	75
Tabla 58 <i>Calculo del VAN</i>	76
Tabla 59 <i>Calculo del TIR</i>	76
Tabla 60 <i>Relación Costo Beneficio</i>	77
Tabla 61 <i>Periodo de recuperación</i>	78

INDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1</i> Ubicación de Calderón	5
<i>Gráfico 2</i> Seleccione el rango de su edad	11
<i>Gráfico 3</i> Seleccione el género.....	12
<i>Gráfico 4</i> Conoce usted de pagos electrónicos	13
<i>Gráfico 5</i> Vive en conjunto habitacional o condominio.....	14
<i>Gráfico 6</i> Con qué frecuencia realiza pagos para el conjunto	15
<i>Gráfico 7</i> Envío electrónico de comprobantes	16
<i>Gráfico 8</i> Como le gustaría recibir su comprobante de pago.....	17
<i>Gráfico 9</i> Porque medio le gustaría recibir su comprobante de pago.....	18
<i>Gráfico 10</i> Cuál de los siguientes ítems es decisivo al elegir un servicio.....	19
<i>Gráfico 11</i> Dónde le gustaría encontrar más información	20
<i>Gráfico 12</i> Demanda Potencial.....	22
<i>Gráfico 13</i> Cinco fuerzas de Porter.....	23
<i>Gráfico 14</i> Análisis PESTEL.....	25
<i>Gráfico 15</i> PIB del Ecuador.....	26
<i>Gráfico 16</i> Dominio.....	31
<i>Gráfico 17</i> Correo electrónico	31
<i>Gráfico 18</i> Logo.....	32
<i>Gráfico 19</i> Distribución.....	33
<i>Gráfico 20</i> Mapa de procesos.....	35
<i>Gráfico 21</i> Simbología Flujograma.....	35
<i>Gráfico 22</i> Flujograma de gestión de ventas	36
<i>Gráfico 23</i> Flujograma de Gestión de Soporte	37
<i>Gráfico 24</i> Plano de Oficina.....	38
<i>Gráfico 25</i> Diagrama de Pareto.....	45
<i>Gráfico 26</i> Organigrama Estructural.....	50
<i>Gráfico 27</i> Organigrama Funcional	50
<i>Gráfico 28</i> Punto de equilibrio.....	73

**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 APLICACIÓN DE MEDIOS DE PAGOS ELECTRÓNICOS Y SU CIRCULACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”

AUTOR: Katherine Estefanía Lasluisa

Mosquera

TUTOR: Ing. María Fernanda Becerra

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo es un plan de negocios para la creación de una aplicación de medios de pagos electrónicos y su circulación en la ciudad de Quito, a referirnos a medios de pagos se considerará el proceso pago, registro y emisión de comprobantes de la recaudación por alícuotas correspondientes a mantenimientos, multas, eventos, cuotas adicionales en condominios y/o conjuntos habitacionales en el sector de Calderón.

En Diciembre del 2019 la (OMS) Organización Mundial de la Salud, recibió varios notificaciones desde la ciudad de Wuhan, en China sobre la presencia de una neumonía con origen desconocido, la cual se propago rápidamente en pocos meses a nivel mundial, siendo de tal magnitud que se activan los protocolos sanitarios en aeropuertos, fronteras y puertos terrestres a fin de precautelar la transmisión infecciosa del nuevo virus que se conoce como Covid 19; en el Ecuador se reporte el primer caso positivo el 29 de febrero del 2020, lo cual el gobierno implemento medidas de prevención para combatir el contagio como la cuarentena con un aislamiento total, generando una necesidad latente de comunicación, abastecimiento, pagos, todo estos sin un contacto físico directo lo que obligo a contar con más plataformas de medios y pagos digitales que permitan solventar las necesidades básicas, de esta manera se optimizar tiempo y recursos.

DESCRIPTORES: (alícuotas, conjuntos habitacionales, pagos electrónicos, plan de negocio)

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

THEME: “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF AN ELECTRONIC
MEANS OF PAYMENT APPLICATION AND ITS CIRCULATION IN THE CITY
OF QUITO”

AUTHOR: Katherine Estefanía Lasluisa Mosquera

TUTOR: Ing. María Fernanda Becera

ABSTRACT

The present work is a business plan for the creation of an application of electronic means of payment and its circulation in the city of Quito, to refer to means of payment will be considered the process of payment, registration and issuance of receipts for the collection of maintenance fees, fines, events, additional fees in condominiums and / or housing complexes in the sector of Calderon.

In December 2019, the World Health Organization (WHO) received several notifications from the city of Wuhan, China about the presence of a pneumonia of unknown origin, which spread rapidly in a few months worldwide, being of such magnitude that health protocols are activated at airports, borders and land ports in order to prevent the infectious transmission of the new virus known as Covid 19; In Ecuador the first positive case was reported on February 29, 2020, which the government implemented preventive measures to combat contagion as quarantine with total isolation, generating a latent need for communication, supply, payments, all these without direct physical contact which forced to have more media platforms and digital payments to meet basic needs, thus optimizing time and resources.

DESCRIPTORS: (aliquots, housing developments, electronic payments, business plan)

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo propone un plan de negocios para la creación de una aplicación de medios de pagos electrónicos y su circulación en la ciudad de Quito, dedicada a la oferta de servicios para facilitar las transacciones administrativas, es decir, el proceso de pago registro y emisión de comprobantes por la recaudación correspondiente a alcuotas, mantenimientos, multas, eventos, cuotas adicionales de conjuntos habitacionales y/o condominios, con más de veinte casas, del sector norte “Calderón” de la ciudad de Quito.

A partir de la pandemia por el virus covid-19 determino a que los ciudadanos confíen más en los medios de pagos electrónicos, con un crecimiento de un 35% en el número de transacciones por pagos interbancarios realizados por lo clientes del sistema financiero entre mayo y septiembre 2020, lo que evidencia que se convierte en un mecanismo de pago más cotidiano en la sociedad. (Ecuador, Diciembre 2020)

Con el análisis realizado referente a la aceptación y crecimiento de los pagos electrónicos en un microentorno y una investigación cuantitativa (encuestas), se obtuvo que no existe competidores directos, presentando la oportunidad abierta en el mercado.

CAPÍTULO 1, Área de Marketing:

Se evidencia un análisis de mercado, al cual la presente propuesta está dirigida han determinado el mercado objetivo, las necesidades que actualmente presentan en la administración de los conjuntos o condominios en cuanto al registro de pagos electrónico, la tendencia de oferta y demanda se ha realizado una investigación de mercado que busca determinar la factibilidad de la empresa. En este análisis de los resultados de la investigación se reconocen los servicios a ofertar, muestran el precio referencial que el cliente estaría dispuesto a pagar, así como la publicidad y promoción requerida

CAPÍTULO 2, Área de Capacidad Operacional (Servicio):

Especifica el proceso de funcionamiento de la empresa, así como también se desarrolla un modelo de aplicación para registro de pagos, las instalaciones, los equipos, la

tecnología y el personal capacitado para este desarrollo con sus costos y tiempos de elaboración y los recursos necesarios para la ejecución.

CAPÍTULO 3, Área de Organización y Gestión:

Se lleva a cabo la descripción y definición de objetivos, visión, misión, objetivos y estrategias de la empresa, el análisis FODA, la organización funcional interna de la empresa con su estructura, funciones y descripciones del puesto, así como también el análisis de los indicadores de gestión para identificar futuras necesidades de personal.

CAPÍTULO 4, Área Jurídico Legal:

Determinación de la forma jurídica de la empresa, como son sus obligaciones, documentos y trámites legales, permisos, marcas y licencias para el buen funcionamiento

CAPÍTULO 5, Área Financiera:

Se elaboran y describe el plan de inversiones (detalle de los materiales que se van a utilizar), plan de financiamiento (descripción del dinero interno y externo que se utilizara), el cálculo de costos al detalle y proyectados, el cálculo de costos anuales y unitario mensual, la depreciación del flujo de caja, el punto de equilibrio, el estado de resultados proyectado y la evaluación financiera.

Objetivo General

Realizar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a brindar servicios a conjuntos habitacionales y/o condominios de la parroquia de Calderón al norte de la ciudad de Quito, con una aplicación web para el registro electrónico de pagos, así cubrir necesidades administrativas y contribuir con el planeta al evitar el consumo de papel.

Objetivos Específicos

- Definir el mercado potencial, utilizando las herramientas necesarias para poder identificarlas en base a diversos parámetros y dirigir el servicio de registro de pagos electrónicos para conjuntos habitacionales y/o condominios de calderón
- Diseñar los procesos y procedimientos correctos para el buen funcionamiento de la empresa en cuanto a maquinarias y equipos, recursos humanos que permitan la satisfacción de los clientes en este caso los copropietarios de conjuntos habitacionales y/o condominios.
- Establecer la razón de ser de la empresa creando misión, visión, objetivos; así como también la estructura organizacional con las funciones específicas del personal de la empresa, con análisis estratégicos para cumplir con lo planteado a corto y largo plazo.
- Investigar y aplicar normativas legales vigentes en el territorio ecuatoriano para la creación de empresas que oferten servicios, con el fin de cumplir sus lineamientos en normas, leyes, permisos que sean necesarios para el buen funcionales
- Elaborar y analiza los estados financieros para llevar a cabo la empresa donde se sustente la viabilidad económica de la empresa y su permanencia en el mercado.

CAPITULO I

1. AREA DE MARKETING

1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO

Realizar un plan de mercado potencial para definir el nivel de aceptación de la aplicación de medios de pagos electrónicos para condominios o conjuntos habitacionales para solventar necesidades presentadas en estos lugares, acortando tiempo, recursos y mejor comunicación con los copropietarios, dando un valor agregado para satisfacer al cliente.

1.2. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

1.2.1. Especificación del Servicio.

Tabla 1

Características del Servicio

CARACTERISTICAS DEL SERVICIO		
CARACTERISTICAS	BENEFICIOS PARA EL CONJUNTO Y/O CONDOMINIOS	BENEFICIOS PARA EL COPROPIETARIO
	Se puede conectar desde cualquier lugar del país.	No necesita descargarse e instalarse en ningún dispositivo
Es una aplicación Web intangible con conexión a internet	Digitalizar el proceso de pago, registro y emisión de comprobantes de la recaudación con alternativas más confiables.	Datos reales para el seguimiento, monitoreo y mejora en procedimientos administrativos de conciliación de ingresos y gastos.
Se adapta a cualquier dispositivo con un almacenamiento de datos está en la nube	Son compatibles, accesible y de respuesta rápida.	Manejo eficiente del tiempo y mejorar la comunicación

Fuente: *Investigación propia*

La empresa brinda un servicio mediante una aplicación de pagos electrónicos, automatizando el proceso pago, registro y emisión de comprobantes de la recaudación por

alícuotas correspondientes a mantenimientos, multas, eventos, cuotas adicionales en condominios y/o conjuntos habitacionales en el sector de Calderón para tener un manejo más eficiente en la comunicación, acortando tiempo y recursos con los copropietarios.

1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

Existen grandes beneficios con ideas innovadoras para dar soluciones en pagos digitales que son relevantes en el contexto de la actualidad relacionada con la pandemia del COVID19, en donde toma más impulso, creando más alternativas para mantener un distanciamiento social, con el propósito de evitar el contagio masivo, es este sentido, las opciones de automatizar los procesos de pagos van apareciendo particularmente adaptadas a una necesidad.

En este caso la aplicación RECIBapp permite escalar fácilmente en el proceso de pago que normalmente se realiza: enviar la transferencia, realizar el recibo manual, entregar el recibo en la casa correspondiente; con la implementación de dicha aplicación se enviara la constancia de pago directamente al correo electrónico o WhatsApp.

Con el uso de la aplicación RECIBapp, se reduce costos al reemplazar los tradicionales comprobantes de papel o también llamados recibos por documentos electrónicos, envío de mensajería y almacenamiento de documentos y al no usar papel se evita la tala de árboles, ahorro de agua, ahorro de energía que implica en el proceso de transformación.

Los procesos administrativos se los llevaría con mayor rapidez y eficacia, mejorando los tiempos de entrega, evitando errores humanos, pérdida de documentación, así también se tendría una visión más actualizada de los ingresos y valores impagos para un mejor seguimiento y monitoreo de las obligaciones de los conjuntos habitacionales.

1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO

Mercado constituye el punto de partida de cualquier investigación que busque evaluar las condiciones de competencia en un mercado. Para analizar la estructura de un mercado y el efecto de las conductas de los agentes en el mismo. (D., 2000)

El análisis de una conducta restrictiva de la competencia requiere previamente determinar cuál es el contexto competitivo al que se enfrenta la empresa objeto de investigación. Esto supone identificar el conjunto de servicios que rivalizan entre sí en la satisfacción de las necesidades de los consumidores (Latorre Jimenez Fernando, 2005)

1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.

Entonces, el mercado es el punto de partida para detectar clientes potenciales con inquietudes, necesidades y deseos, que poseen recursos para adquirir servicios, quienes buscan diferentes alternativas para satisfacer las necesidades, por lo tanto, el análisis del mercado estará enfocado a la población económicamente activa de la parroquia de Calderón, ciudad de Quito, ya que no se tiene datos exactos para conocer a ciencia exacta de cuantas personas viven en condominios o conjuntos habitacionales.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

Los consumidores potenciales para hacer uso del servicio de la aplicación de pagos electrónicos, son los copropietarios de conjuntos habitacionales o condominios de la parroquia de Calderón, con necesidades de automatizar el proceso de pagos, realizando el cambio de registro de pagos manuales a registro de pagos electrónicos.

Tabla 2

Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Los conjuntos habitacionales o condominios
¿Quién usa?	Copropietarios o arrendatarios de conjuntos habitacionales o condominios
¿Quién decide?	Administración o directiva
¿Qué influye?	La sociedad, hombre y mujeres habitantes de conjuntos habitacionales o condominios

Fuente: *La investigación*

Se detalla el orden jerárquico para la toma de decisiones al adquirir el servicio para el proceso de pagos digitales

1.3.1.2. Estudio de Segmentación

La segmentación radica no solo en dividir el mercado en subcategorías basadas en la diferenciación del servicio, sino en distinguir categorías de deseos que se correspondan con las demandas específicas de los distintos grupos que forman un mercado. (Thompson, 2005).

Tabla 3

Dimensión Conductual.

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad:	Social
Tipo de compra:	Servicios
Relación con la marca:	Si
Actitud frente al servicio:	Positiva

Fuente: *La investigación*

Tabla 4

Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	No. HABITANTES 2010	T.C.P.	PROYECCIÓN AÑO 2022
País	Ecuador	14.483.499	19,5%	17.891.781
Región	Pichincha	2.576.287	2,53%	3.228.233
Ciudad	Quito	2.319.671	1,53%	2.781.641
Parroquia	Calderón	152.24	1,99%	182.561

Fuente: *INEC 2010*

En la tabla No. 3 se muestra la dimensión geográfica en donde se ejecutará el plan de negocio, enfocado en la parroquia de Calderón al norte de la ciudad de Quito, con una población de 182.561 habitantes, según el INEC con el censo realizado en el año 2010, el

crecimiento establecido por la T.C.P. da buenas expectativas para tener una mayor acogida del plan de negocio.

1.3.1.3. Plan de muestreo

Se tomará una muestra aleatoria de la población de la parroquia de Calderón al norte de la ciudad de Quito, con una población de 182.561 habitantes y se determina el destino de todo el lote con base en la información contenida en la muestra para evidenciar la factibilidad del plan de negocio.

Gráfico 1

Ubicación de Calderón



Fuente: Google maps

Tabla 5

Equivalencia de datos

n=	Tamaño de la muestra	
Z=	Nivel de confiabilidad	95% = 1,96
P=	Probabilidad de ocurrencia	50%
Q=	Probabilidad de no ocurrencia.	50%
N=	Población o Universo	182,561
e=	Error de la muestra 5%	5%

Fuente: *La investigación*

Para obtener la muestra se deberá aplicar la siguiente fórmula:

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

Desarrollo:

$$\frac{(1.96)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 182\ 561}{(1.96)^2 \times 0,5 \times 0,5 + (182\ 561) \times (0.05)^2}$$
$$\frac{3.841 \times 0.5 \times 0.5 \times 182.56}{3.841 \times 0.5 \times 0.5 + 182\ 561 \times 0.0025}$$

n= 383 personas

1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información

Los objetivos planteados para este plan de negocios cumplen con varias fases para verificar el impacto que tendrá en el mercado, apoyándose en cada etapa de su creación con son: fuentes primarias como la encuesta, estudio de mercado y secundarias la recopilación de datos como: libros, internet, datos, artículos, entre otros.

Objetivo Específico. –

Definir el mercado potencial, utilizando las herramientas necesarias para poder identificarlas en base a diversos parámetros y dirigir el servicio de registro de pagos electrónicos para conjuntos habitacionales y/o condominios de calderón

Tabla 6*Métodos de recolección de datos.*

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Aplicaciones web para pagos electrónicos	Secundaria	Información de Internet, libros, banco central	Información agrupada
Tipos de Software	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Capacidad para almacenamiento de información	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Equipos informáticos	Primaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Desarrollados de programas	Primaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Costos para la elaboración	Primaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: *La investigación***Tabla 7***Métodos de recolección de datos.*

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Bancos de datos de otras organizaciones
Tipos de viviendas del sector	Secundaria	INEC	Bancos de datos de otras organizaciones
Factores críticos del sector	Secundaria	Dirección zonal Calderón	Bancos de datos de otras organizaciones
Necesidades administrativas en conjuntos habitacionales	Primaria	Conjuntos Habitacionales	Encuesta

Fuente: *Investigación propia*

1.3.1.5 Diseño y recolección de información.

El servicio que ofrece este negocio, es mejorar los procesos administrativos de los conjuntos habitacionales y/o condominios implementando una aplicación web para el registro electrónico de pagos correspondientes a alcótuas, multas, mantenimientos entre otros, minimizando tiempos y recursos, para lo cual se realizo encuestas para analizar la factibilidad de dicha aplicación.

INFORMACIÓN PRIMARIA

Se aplicará como información primaria la técnica de investigación cuantitativa es decir la encuesta; en la población de la parroquia de calderón, al norte de la ciudad de Quito, aplicando a los moradores que habiten en conjuntos habitacionales y/o condominios del sector, para determinar los clientes interesados para brindar el servició.

Encuesta.

ENCUESTA PARA IMPLEMENTAR UNA APLICACIÓN PARA EL REGISTRO DE PAGOS ELECTRÓNICOS EN CONJUNTOS HABITACIONALES EN LA PARROQUIA DE CALDERON

Objetivo:

El objetivo de la presente encuesta, es poder conocer el nivel de acogida que tendrá la aplicación y si aportara para una buena administración.

Instrucción:

Los invitamos a participar con sinceridad. Esto con el objetivo de desarrollar un servicio que pueda satisfacer sus necesidades al consumidor.

1.- Seleccione el rango de su edad:

- 18 – 30
- 31 - 50
- 51 – En adelante

2.- Seleccione el género:

- Femenino
- Masculino

3.- Conoce usted de pagos electrónicos:

- Si
- No

4.- Vive en conjunto habitacional o condominio:

- Si
- No

5.- Con qué frecuencia realiza pagos para el conjunto

- Semanal
- Mensual
- Trimestral
- Anual

6.- Le gustaría que el conjunto habitación y/o condominio disponga de una aplicación para el envío electrónico de comprobantes

- Si
- No

7.- Como le gustaría recibir su comprobante de pago

- Comprobante físico
- Comprobante electrónico

8.- Por qué medio le gustaría recibir su comprobante de pago

- Correo electrónico
- WhatsApp
- Impreso

9.- ¿Cuál de los siguientes ítems es decisivo al elegir un servicio?

- Rápido y confiable
- Intermitente y poco amigable

10.- ¿Dónde le gustaría encontrar más información acerca de esta aplicación?

- Redes Sociales
- Carteleras
- Grupos de chat
- Por recomendación

¡Gracias!

1.3.1.6. Análisis e Interpretación. –

PREGUNTA N°1

Tabla 8

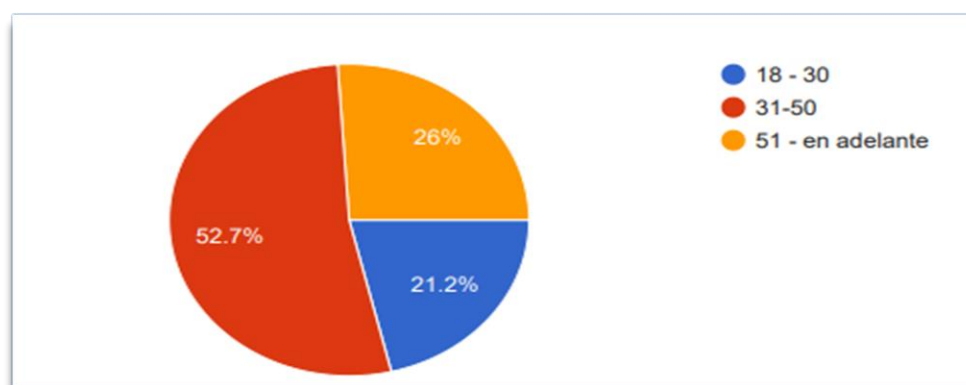
Seleccione el rango de su edad

Opciones	Frecuencia	%
18-30	81	21.24%
31-50	202	52.76%
51 en adelante	100	26.00%
Total	383	100.00%

Fuente: *Investigación propia*

Gráfico 2

Seleccione el rango de su edad



Fuente: *Investigación propia*

Análisis e interpretación. –

De 383 personas encuestadas se puede evidenciar que el 21.24% es decir 81 personas son de 18 a 30 años, el 52.76% es decir 202 personas son de 31-50 años y el 26% es decir 100 personas son mayores a 51 años.

Los resultados nos muestran que un porcentaje mayor de la mitad, son personas adultas entre 31 y 50 años, son resultados positivos para ofertar el servicio ya que son personas que conocen mucho sobre tecnología, lo que facilita la aceptación de cambios tecnológicos.

PREGUNTA N°2

Tabla 9

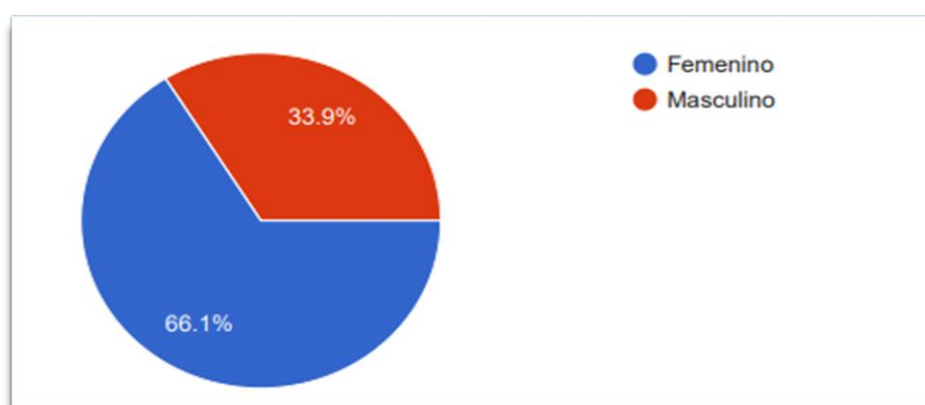
Seleccione el género

Opciones	Frecuencia	%
Femenino	253	66.10%
Masculino	130	33.90%
Total	383	100.00%

Fuente: *Investigación propia*

Gráfico 3

Seleccione el género



Fuente: *Investigación propia*

Análisis e interpretación. –

De 383 personas encuestadas se puede evidenciar que el 66.10% es decir 253 personas son de género femenino y el 33.90% es decir 130 personas son de género masculino.

En relación a los resultados que se obtiene de la encuesta, se evidencia que un porcentaje mayor de la mitad, son personas de género femenino, en donde debería centrarse nuestro enfoque para promocionar el servicio y capacitar el manejo y funcionamiento de la aplicación web.

PREGUNTA N°3

Tabla 10

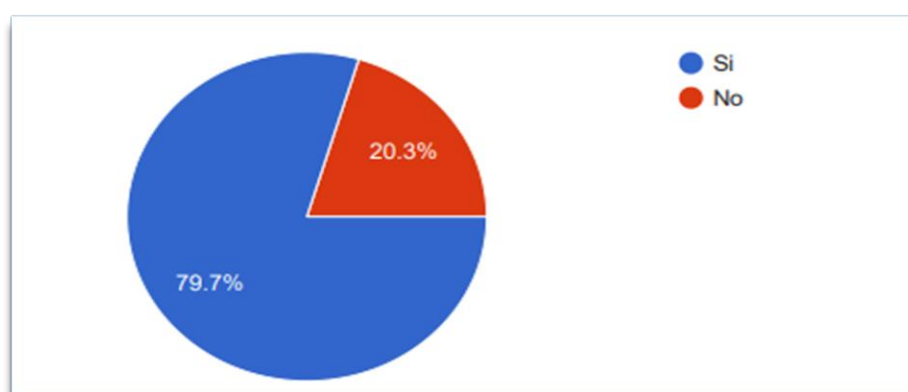
Conoce usted de pagos electrónicos

Opciones	Frecuencia	%
Si	305	79.70%
No	78	20.30%
Total	383	100.00%

Fuente: *Investigación propia*

Gráfico 4

Conoce usted de pagos electrónicos



Fuente: *Investigación propia*

Análisis e interpretación. –

De 383 personas encuestadas se puede evidenciar que el 79.70% es decir 305 personas conocen el proceso de pagos electrónicos y el 20.30% es decir 78 personas no conocen el proceso de pagos electrónicos

En relación a los resultados que se obtiene de la encuesta, se evidencia que un porcentaje mayor de la mitad tiene conocimiento de pagos electrónicos lo que nos dice que saben cómo es el proceso tecnológico, esto facilita la acogida y manejo al implementar la aplicación y en el caso de las personas que no conocen se debería realizar capacitaciones más minuciosas del proceso de pago.

PREGUNTA N°4

Tabla 11

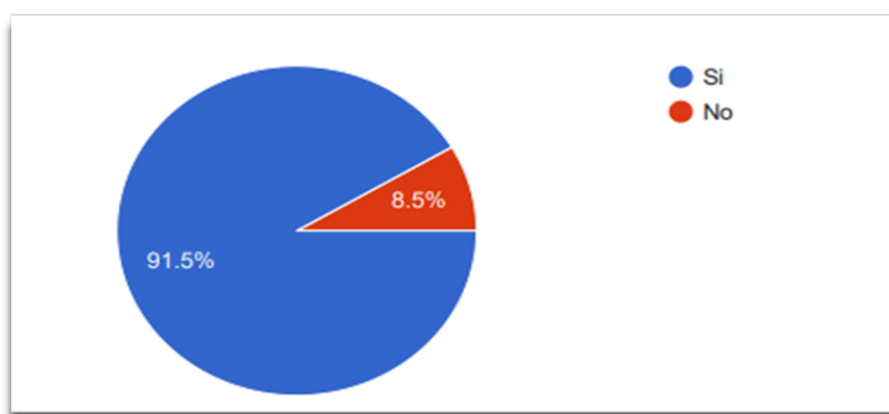
Vive en conjunto habitacional o condominio

Opciones	Frecuencia	%
Si	350	91.50%
No	33	8.50%
Total	383	100.00%

Fuente: *Investigación propia*

Gráfico 5

Vive en conjunto habitacional o condominio



Fuente: *Investigación propia*

Análisis e interpretación. –

De 383 personas encuestadas se puede evidenciar que el 91.50% es decir 350 personas viven en conjuntos habitacionales y el 8.50% es decir 33 personas no viven en conjuntos habitacionales.

En relación a los resultados que se obtiene de la encuesta, se evidencia que la mayoría de persona encuestadas viven en conjuntos habitacionales lo que nos favorece para identificar las principales necesidades administrativas y poder solventar con el servicio que dispone la empresa.

PREGUNTA N°5

Tabla 12

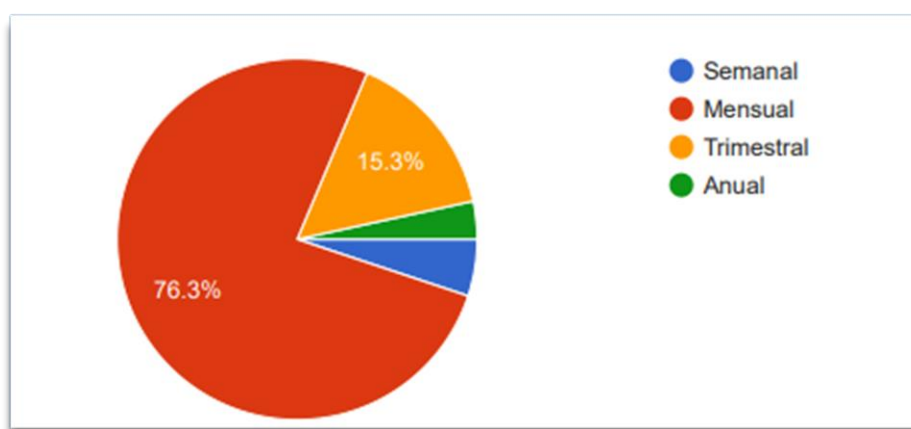
Con qué frecuencia realiza pagos para el conjunto

Opciones	Frecuencia	%
Semanal	20	5.10%
Mensual	292	76.30%
Trimestral	58	15.20%
Anual	13	3.40%
Total	383	100.00%

Fuente: *Investigación propia*

Gráfico 6

Con qué frecuencia realiza pagos para el conjunto



Fuente: *Investigación propia*

Análisis e interpretación. –

De 383 personas encuestadas se puede evidenciar que el 5.10% es decir 20 personas realizan los pagos semanales, 76.30% es decir 292 personas realizan los pagos mensuales, 15.20% es decir 58 personas realizan los pagos trimestrales y 3.40% es decir 13 personas realizan los pagos anuales.

En relación a los resultados que se obtiene de la encuesta, se evidencia que la mayoría de persona encuestadas realizan los pagos mensuales lo que nos ayuda a tener mayor aceptación para el uso de la aplicación.

PREGUNTA N°6

Tabla 13

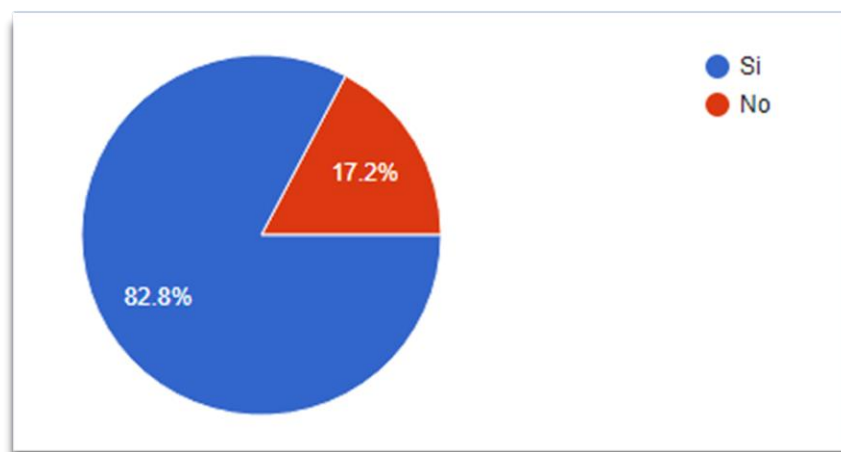
Envío electrónico de comprobantes

Opciones	Frecuencia	%
Si	317	82.80%
No	66	17.20%
Total	383	100.00%

Fuente: *Investigación propia*

Gráfico 7

Envío electrónico de comprobantes



Fuente: *Investigación propia*

Análisis e interpretación. –

De 383 personas encuestadas se puede evidenciar que el 82.80% es decir 317 personas les gustaría que el conjunto habitacional y/o condominio disponga de una aplicación para el registro y envío de comprobantes electrónicos y 17.20% es decir 66 personas no desearían la aplicación

En relación a los resultados que se obtiene de la encuesta, se evidencia que la mayoría de persona encuestadas les gustaría que el conjunto habitacional y/o condominio disponga de una aplicación para el registro y envío de comprobantes electrónicos, favoreciendo a la empresa para ingresar con su servicio.

PREGUNTA N°7

Tabla 14

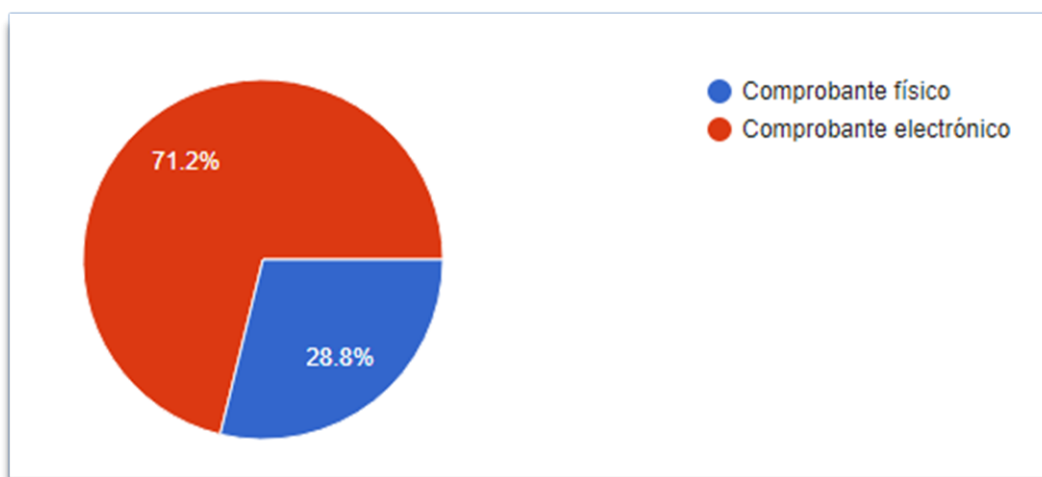
Como le gustaría recibir su comprobante de pago

Opciones	Frecuencia	%
Comprobante electrónico	273	71.20%
Comprobante físico	110	28.80%
Total	383	100.00%

Fuente: Investigación propia

Gráfico 8

Como le gustaría recibir su comprobante de pago



Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación. –

De 383 personas encuestadas se puede evidenciar que el 71.20% es decir 273 personas les gustaría recibir su comprobante de pago de forma electrónica y 28.80% es decir 110 personas les gustaría recibir su comprobante de pago de forma física.

En relación a los resultados que se obtiene de la encuesta, se evidencia que un porcentaje mayor a la mitad desea que los comprobantes de pagos sean recibido de forma electrónica lo que favorece para la adquisición de los servicios y el otro porcentaje que es del 28.80% se realizaría una capacitación indicando todos los beneficios que ofrece la aplicación para que sea aceptada.

PREGUNTA N°8

Tabla 15

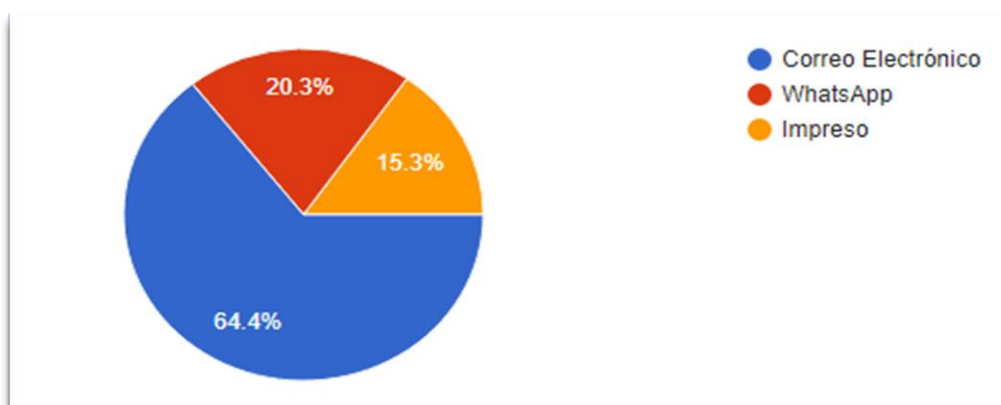
Porque medio le gustaría recibir su comprobante de pago

Opciones	Frecuencia	%
Correo Electrónico	247	64.40%
WhatsApp	78	20.30%
Impreso	59	15.30%
Total	383	100.00%

Fuente: *Investigación propia*

Gráfico 9

Porque medio le gustaría recibir su comprobante de pago



Fuente: *Investigación propia*

Análisis e interpretación. –

De 383 personas encuestadas se puede evidenciar que el 64.40% es decir 247 personas les gustaría recibir su comprobante de pago por correo electrónico, el 20.30% es decir 78 personas les gustaría recibir su comprobante por WhatsApp y el 15.30% es decir 59 personas les gustaría recibir su comprobante impreso.

En relación a los resultados que se obtiene de la encuesta, se evidencia que la mayoría de personas les gustaría recibir su comprobante por correo electrónico lo que favorece

al servicio ya que sus comprobantes serán enviados por correo y a la otra parte de personas se capacitara sobre los beneficios y el ahorro de recursos que tiene el uso de la aplicación.

PREGUNTA N°9

Tabla 16

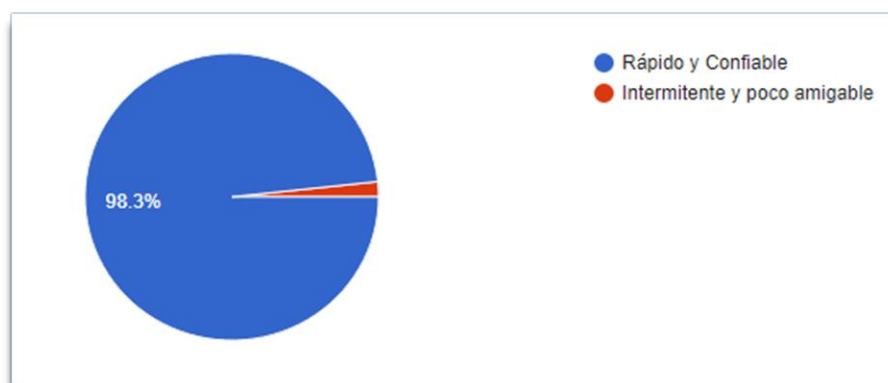
Cuál de los siguientes ítems es decisivo al elegir un servicio.

Opciones	Frecuencia	%
Rápido y Confiable	376	98.30%
Intermitente y poco amigable	7	1.70%
Total	383	100.00%

Fuente: *Investigación propia*

Gráfico 10

Cuál de los siguientes ítems es decisivo al elegir un servicio.



Fuente: *Investigación propia*

Análisis e interpretación. –

De 383 personas encuestadas se puede evidenciar que el 98.30% es decir 376 personas deciden adquirir un servicio que sea rápido y confiable y el 1.70% es decir 7 personas deciden al adquirir un servicio que sea intermitente y poco amigable.

En relación a los resultados que se obtiene de la encuesta, se evidencia que caso la mayoría de personas encuestadas cuando desean adquirir un servicio eligen que sea rápido y

confiable estos datos favorecen a la empresa ya que son una de los beneficios que ofrece la empresa.

PREGUNTA N°10

Tabla 17

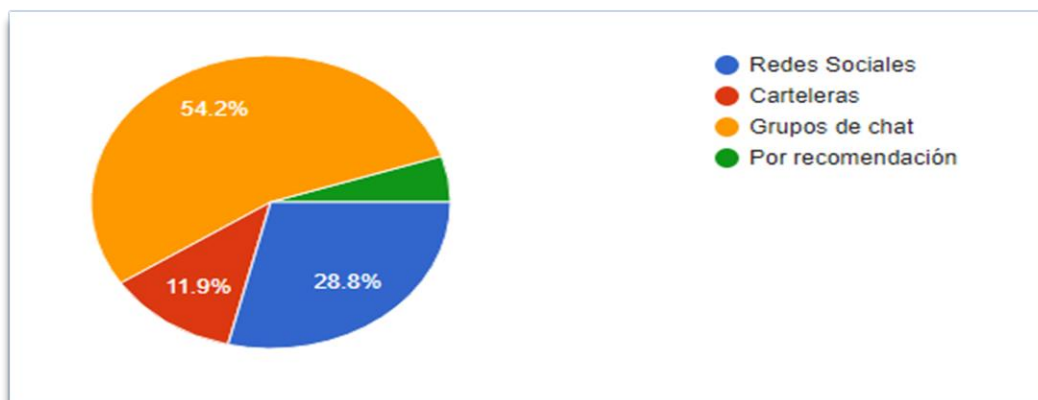
Dónde le gustaría encontrar más información

Opciones	Frecuencia	%
Redes Sociales	110	28.80%
Carteleras	46	11.90%
Grupos de chat	208	54.20%
Por recomendación	20	5.10%
Total	383	100.00%

Fuente: *Investigación propia*

Gráfico 11

Dónde le gustaría encontrar más información



Fuente: *Investigación propia*

Análisis e interpretación. –

De 383 personas encuestadas se puede evidenciar que el 28.80% es decir 110 personas desean recibir más información por redes sociales, el 11.90% es decir 46 personas desean recibir más información en carteleras, el 54.20% es decir 208 personas desean recibir más información por grupos de chats y el 5.10% es decir 20 personas desean recibir más información por recomendaciones.

En relación a los resultados que se obtiene de la encuesta, se evidencia que un porcentaje mayor a la mitad desea recibir mayor información por grupos de chat, lo que ayuda a la empresa a preparar información para que sea enviado por estos grupos ya que tiene mayor acogida.

1.3.1 Demanda potencial

Para poder determinar la demanda potencial se tomará como dato inicial, la demanda de la población que corresponde a 182 561 habitantes de la ciudad de Quito, parroquia de Calderón con una tasa de crecimiento poblacional 1.54% según los datos extraídos de INEC, con la finalidad de analizar y determinar el agrado de acogida para el servicio que presenta este plan de negocios y su expansión en conjuntos habitacionales y/o condominios del sector.

Tabla 18

Cálculo de la demanda potencial

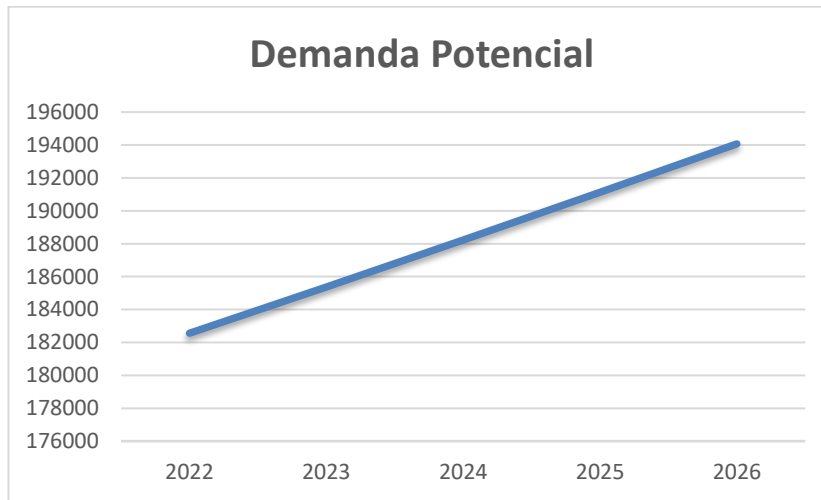
	X	Y	XY	X₂
1	2022	182561	182561	1
2	2023	185372	370745	4
3	2024	188227	564682	9
4	2025	191126	764503	16
5	2026	194069	970346	25
	15	941356	2852837	55

Fuente: INEC - TCP

En la siguiente ilustración se detalla el crecimiento de la demanda potencial, que en este caso es la población de la parroquia de Calderón con 182561 habitantes en el año 2022 calculada con una tasa de crecimiento del 1.53 por año.

Gráfico 12

Demanda Potencial



Fuente: *Investigación propia*

1.4 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE

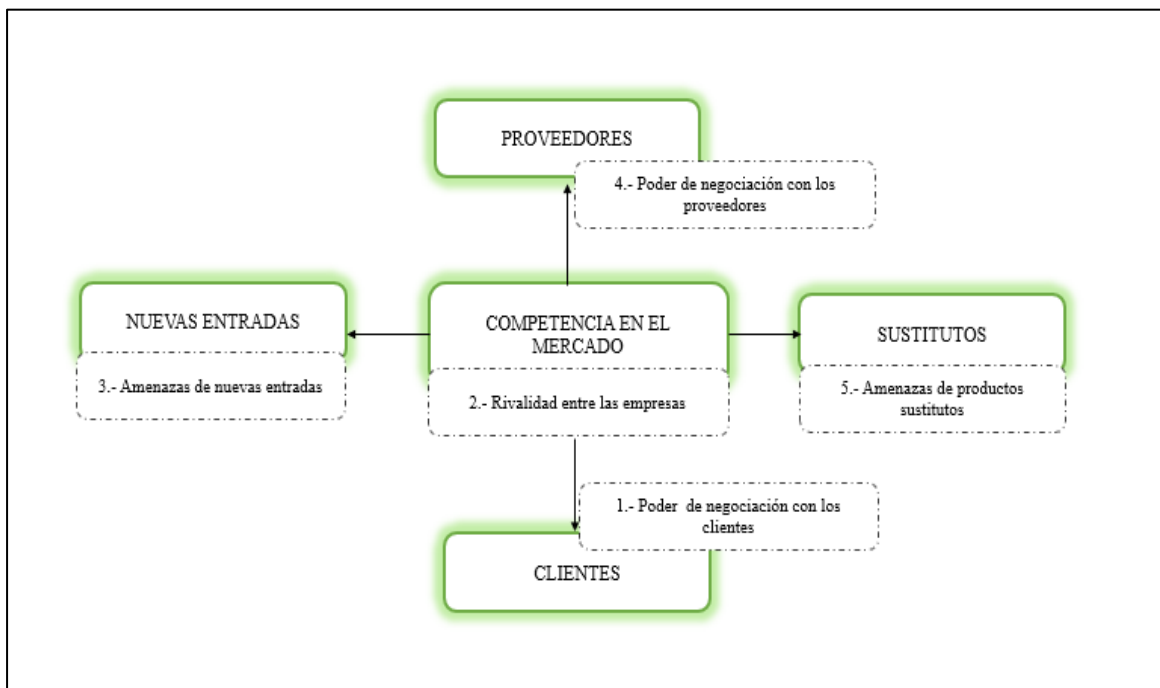
1.4.1 Análisis del microambiente.

El análisis del microambiente determina los factores claves para llevar a cabo un plan de negocios, así identificar el mercado que le rodea y sobre todo para fortalecer los procesos de la empresa para soportar los cambios que existen permanente en el mercado, mejorando sus fortalezas y trabajando en sus debilidades.

Según Porter, se basa en la idea de que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos frente a cinco fuerzas que rigen la competencia industrial, que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado. (Porter, 1980)

Gráfico 13

Cinco fuerzas de Porter



Fuente: Michael Porter

- **Poder de negociación con los clientes.**

El plan de negocio ofrece el servicio de implementar una aplicación para el registro de pagos en conjuntos habitacionales y/o condominios en el norte de Quito, sector de Calderón, esta fuerza es estratégica para el plan de negocio, ya que es un servicio totalmente nuevo, es por eso que la persona que se dedique a la venta debe exponer todos sus beneficios para convencer al cliente o directivos de conjuntos para que adquieran el servicio con negociaciones que favorezcan a las dos partes.

- **Rivalidad entre las empresas o competidores.**

En la actualidad no hay competidores, lo que se pudo investigar es que hay pocas aplicaciones que ofrecen el servicio para el registro de pago, pero en ventas de productos como prendas de vestir entre otras y no específicamente para registro de obligaciones contraídas en conjuntos habitacionales, lo que favorece para ingresar en todo el sector y tener una gran acogida.

- **Amenazas de nuevas entradas o competidores.**

Esta fuerza tiene aspectos importantes en el mercado ya que las empresas se desarrollan en un entorno completamente competitivo y es así como permanecen en el tiempo.

El factor de competitividad es bajo para la empresa, es por eso que con el pasar del tiempo se debe innovar el servicio, ofreciendo mayores beneficios para evitar que futuros competidores pueda intervenir en la empresa.

- **Poder de negociación con los proveedores.**

Esta fuerza hace referencia a la capacidad de establecer relaciones entre empresas y proveedores, esto es fundamental para tener rentabilidad en una empresa porque son los que nos ayudan a establecer el precio y variedad de producto o servicio; en el caso del plan de negocio son pocos los proveedores que se tendrá, pero se debe fidelizar para ofrecer en todo momento un buen servicio sea para mantenimientos o mejoras.

- **Amenazas de productos sustitutos.**

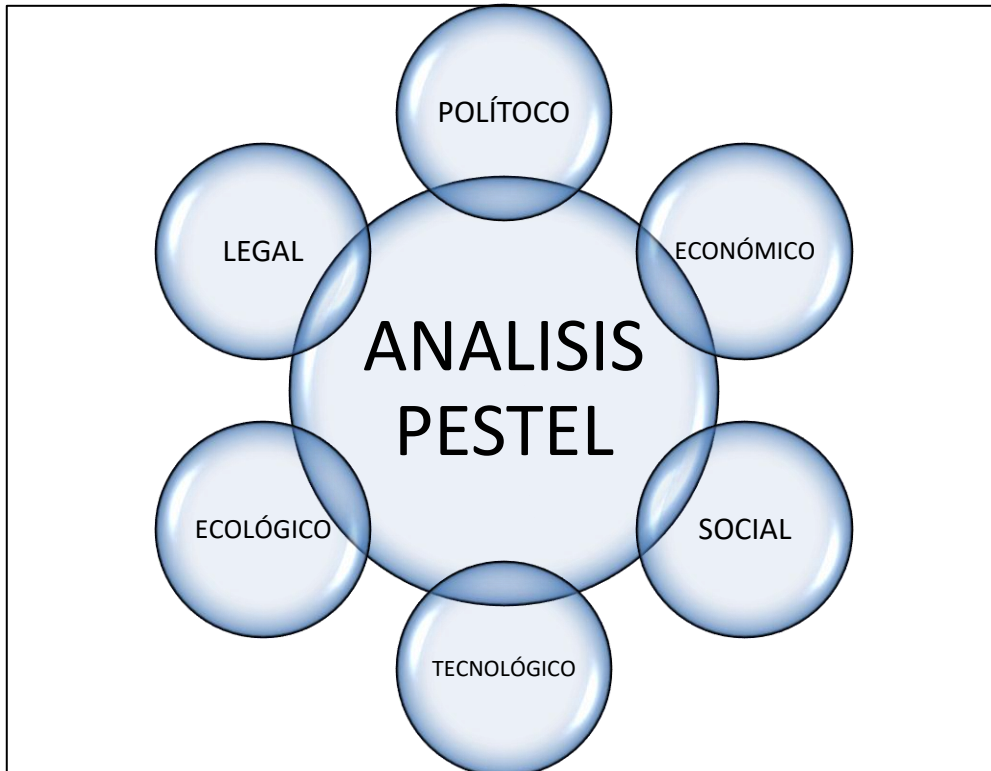
Esta fuerza determina el atractivo del servicio, en cuanto aplicaciones existen una gran variedad de servicios sustitutos y con los avances tecnológicos son mucho más fáciles de sustituir, sin embargo, aún no hay en el mercado aplicaciones con las mismas funciones y características que dispone el plan de negocio para el sector de Calderón norte de Quito.

1.4.2 Análisis del macro ambiente

El macro ambiente de una empresa es el entorno que le rodea y le influye, pero sobre el que no puede actuar. Es decir, aquellos factores que pueden afectar a su producción de forma externa y sin posibilidad de ser modificados por la propia organización. (Ludeña, 2021)

Gráfico 14

Análisis PESTEL



Fuente: *Análisis PESTEL*

ANÁLISIS PESTEL

- **Factor Político.** –

Ecuador ha experimentado grandes cambios en el ámbito político, en los últimos 20 años se ha evidenciado que los líderes no completan mandatos hasta que el penúltimo presidente lleva 10 años al frente del país. Actualmente se encuentra en el poder el presidente Guillermo Lasso, quien tiene dificultades con respecto al sector salud. La política del Ecuador está cambiando radicalmente, de partidos políticos que aumentan en gran proporción con cada elección a partidos que desaparecen por falta de lealtad de su gabinete.

Para el plan de negocio, el malestar político que existe en el país es perjudicial ya que están constantes cambios y renovación de leyes que para algunos es inaceptable y poco aptos para la sociedad de clase media y baja. La falta de control ha permitido que la

corrupción se apodere del gobierno, pero si las empresas suben impuestos para poder cubrir otros gastos del gobierno, entonces este tipo de eventos hace que ciertas empresas cierren o despidan a su personal y en otros casos, factores que han provocado incremento de la delincuencia.

- **Factor Económico.** –

Para la empresa este factor económico es uno de los más importantes debido a que intervienen la inflación, las tasas de interés y el desempleo, estos factores afectan la demanda en este caso de los servicios, entre más inflación exista la empresa está obligada a incrementar sus precios en los servicios para poder solventar los gastos algo que no conviene para la rentabilidad de la empresa.

En este estudio se debe considerar muy relevante la presión que ejercen las fuerzas económicas, debido a que las condiciones existentes en el entorno de la empresa tienen cambios permanentes que la afectan de manera significativa.

Gráfico 15

PIB del Ecuador



Fuente: *PIB*

- **Factor Social.** –

Este factor representa a toda la población que habita en el sector de Calderón al norte de Quito de la provincia de Pichincha, considerando a esta sociedad como una las parroquias que representan la mayor tasa de crecimiento son: Calderón (6.58%)

La historia de la urbanidad de Calderón comenzó a escribirse hace 25 años, cuando el Banco de la Vivienda desarrolló el proyecto habitacional Carapungo que conecta la zona con la Panamericana Norte. (Estrella, 2018)

Tabla 19

Descripción Calderón

Detalle	#
Hospital Docente	1
Sede Fiscalía	1
Unidades Policiales	9
Cementerios	10
Iglesias	20
Centros Educativos	71
Barrios	400
Empresas	453

Fuente: *El Comercio*

- **Factor Tecnológico**

Este es el factor que más se ha desarrollado en los últimos años, tomado más impulso en la pandemia, ahora ya no es un lujo, más bien es una necesidad que se aplica en cualquier circunstancia o momento como el trabajo, la casa y no se digo en los estudios ya se vuelve parte diaria para estar a la par con la sociedad e ir adaptándonos a nuevos cambios.

Durante varios años, Internet ha sido un motor económico global que impulsa la productividad y las transacciones, mejorando así el nivel de vida de un país, atrayendo nuevos mercados y reduciendo los tiempos de entrega en otros lugares. Ahora es una nueva realidad que los medios electrónicos se han convertido en un puente para la educación y el trabajo, pero en el caso de este proyecto es fácil porque a futuro tienen planeado que todos los cursos se impartirán en línea.

- **Factores Ambientales.** –

Estos factores sólo han tomado más impulso en los últimos quince años. Se han vuelto importantes debido a la creciente escasez de materias primas, los objetivos de contaminación, las prácticas comerciales éticas y sostenibles y los objetivos de emisiones de carbono establecidos por el gobierno (ese es un buen ejemplo en el que un factor puede clasificarse como político y ambiental). Estos son solo algunos de los problemas que enfrentan los comerciantes en este factor. Cada vez más consumidores exigen que los productos que compran sean de origen razonable y sostenibles en la medida de lo posible. En este caso el plan de negocio aporta en gran parte en este factor por que evita el consumo de papel ya que será sustituido por una aplicación que tendrá conexión desde cualquier dispositivo móvil o correo electrónico.

- **Factor Legal.** –

Los factores legales incluyen: salud y seguridad, igualdad de oportunidades, regulación de la publicidad, leyes y derechos del consumidor, etiquetado y seguridad del producto. Está claro que las empresas necesitan saber qué es legal y qué no para poder comerciar con éxito. Cuando una organización trata globalmente, es un área muy difícil porque cada país tiene sus propias regulaciones y leyes.

1.4.3 Proyección de la oferta

La oferta para este plan de negocios es la prestación de servicios diarios, mensuales y anuales de empresas que brinden servicios parecidos a este plan de negocio en base a métodos no estadísticos como es la observación e investigación, evidenciando a 4 empresas que se expone lo que actualmente está produciendo que son: RP3, SOVOS, DIAN, MEDILINK, que son aplicación con servicios similares pero que a un futuro podrían incluir en sus aplicaciones la emisión de recibos electrónicos en conjuntos habitacionales.

Tabla 20

Oferta

#	Empresa	Servicios Diarios	Servicios Mensuales	Servicios Anuales
1	RP3	32	960	11520
2	SOVOS	45	1350	16200
3	DIAN	30	900	10800
4	MEDILINK	8	240	2880
Total		115	3450	41400

Fuente: *Investigación propia*

Con los datos investigados, se aprecia que los servicios anuales de empresas que ofrezcan servicios parecidos a este plan de negocio son de 41400 datos referentes al año 2022.

Con los datos reflejados se realizará la oferta proyectada hasta el año 2026 con una tasa de crecimiento poblacional del 1.99%.

Tabla 21

Oferta proyectada

Año	Oferta de servicios
2022	41400
2023	42224
2024	43064
2025	43921
2026	44795

Fuente: *Investigación propia*

1.4.4 Demanda Potencial Insatisfecha

Se entiende, por tanto, que la demanda potencial en un mercado es una estimación matemática que se realiza a la hora de querer conocer el número de compradores o consumidores potenciales que existe para un producto en particular. (Galán, 2020)

Tabla 22

Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2022	182561	41400	141161
2023	185372	42224	143148
2024	188227	43064	145163
2025	191126	43921	147205
2026	194069	44795	149274

Fuente: *Investigación propia*

Con los resultados expuestos en la tabla, se puede observar que hay una cantidad alta de demanda insatisfecha, con estos datos los objetivos serán captar este mercado, para iniciar se ofrecerá el servicio de registro de pagos electrónicos para conjuntos habitacionales de la parroquia de Calderón y con el transcurrir del tiempo se abrirá mercado en otras parroquias.

1.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

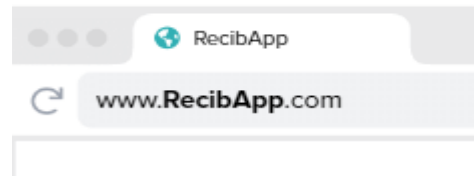
Mientras que la publicidad es uno de los medios que la empresa puede utilizar para llevar a cabo el proceso de comunicación, es una herramienta de promoción que utiliza los medios de comunicación de masas para llegar a un público objetivo. Los mensajes de comunicación pueden incluir dar a conocer en este plan de negocios que ofrece servicios y nuevas ideas al grupo objetivo de la parroquia de Calderón que permitan posicionarnos en el mercado.

Para dar a conocer a la empresa se pondrá en marcha varias estrategias para llegar a los clientes:

- Presencia en redes sociales: Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter
- Adquisición de dominio.

Gráfico 16

Dominio

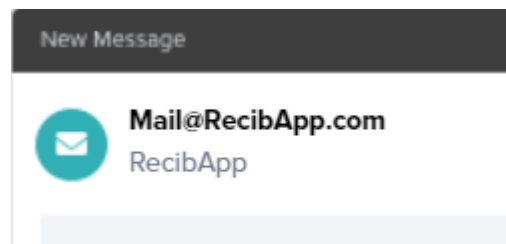


Fuente: Investigación Propia

- Creación de correo electrónico corporativo

Gráfico 17

Correo electrónico



Fuente: Investigación Propia

- Elaboración de volantes
- Gigantografías y Roll App

Tabla 23

Plan de medios

Medio	Cantidad	Costo Unitario	Total	Frecuencia	Costo Anual
Internet	1	\$ 35.00	\$ 35.00	Mensual	\$ 420.00
Volantes	1000	\$ 0.20	\$ 200.00	Semestral	\$ 400.00
Pag web, dominio, hosting	1	\$ 250.00	\$ 250.00	Anual	\$ 250.00
Total					\$ 1,070.00

Fuente: Investigación Propia

Logo. –

Logotipo es un diseño gráfico que representa una imagen corporativa, establecida por el área de marketing como diseño tipográfico, por los colores, forma y disposiciones específicas y reguladas por la empresa que lo crea, convirtiéndose en una herramienta de la mercadotecnia, con un lenguaje muy poderoso, que con una sola imagen representa el servicio que ofrece, en este caso el nombre de RecibApp quiere decir que todo los procesos de pagos que se realiza por obligaciones en conjunto habitacionales o condominios se puede transformar en una aplicación para hacerlos totalmente electrónicos.

Gráfico 18

Logo



Fuente: *Investigación Propia*

Eslogan. –

El mensaje publicitario siempre busca impacto y permanencia, así es como surgió el concepto de eslogan, una frase corta, sencilla e ingeniosa que venía a reforzar algún aspecto esencial de la empresa.

“Tus recibos electrónicos, tan fácil y rápido en un solo clic”

1.6 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR

El canal de distribución del servicio de aplicación web será directo, proveedor - cliente proveedor – consumidor final, también se brindará ayuda a los clientes por los diferentes medios digitales con los que cuenta el plan de negocio, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente.

Gráfico 19

Distribución



Fuente: *Investigación Propia*

1.7 SEGUIMIENTO DE CLIENTES

La relación con los clientes será permanente y se hará seguimiento frecuente del servicio que se brinda a todos los conjuntos habitacionales y/o condominios del sector de Calderón con actualización dado el caso si existieran en el transcurso de un periodo de contratación o realizar cambios o nuevas solicitudes que deseen los clientes. De esta manera se busca fidelizar al cliente y a través de este aumentar el ingreso a otros sectores.

El seguimiento se realizará:

- Visitas frecuentes
- Llamadas telefónicas
- Reuniones virtuales
- Encuestas
- WhatsApp

1.8 MERCADOS ALTERNATIVOS

En el caso de no cumplir con las expectativas del mercado potencial, se consideran otras alternativas como:

- Enfocar la prestación de servicios en urbanizaciones, edificios habitacionales, multifamiliares conociendo sus necesidades, con el fin de ampliar el mercado.
- Realizar recorridos por otros sectores del norte de la capital.

Con la visión de siempre seguir dando valor agregado al servicio que se ofrece con actualizaciones permanentes en cuanto a la tecnología.

CAPITULO II

2. ÁREA DE CAPACIDAD OPERACIONAL

2.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE CAPACIDAD OPERACIONAL

Especifica el proceso de funcionamiento de la empresa, así como también se desarrolla un modelo de aplicación para registro de pagos, las instalaciones, los equipos, la tecnología y el personal capacitado para este desarrollo con sus costos y tiempos de elaboración y los recursos necesarios para la ejecución.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.2.1. Descripción del proceso de transformación del servicio

En las empresas de servicio con es este plan de negocio no existe un proceso de transformación, ya que no hay materia prima que cumpla un proceso de transformación.

Descripción del servicio:

- Identificar la necesidad en los conjuntos habitacionales en el sector de Calderón.
- Acercamiento con la directiva del conjunto.
- Entrega de un prototipo para solventar las necesidades (aplicación para registro de pagos electrónicos de obligaciones en el Conjunto).
- Una vez aprobada la adquisición de la aplicación se procede a realizar el contrato.
- Se realiza la entrega de la aplicación con su respetiva capacitación a las personas que van hacer uso.

2.2.2. Mapa de procesos. –

Todas las organizaciones se componen de múltiples actividades que permiten el correcto funcionamiento de la compañía, tanto a nivel interno como externo. Es común que estas actividades estén agrupadas en bloques según sea el objetivo a alcanzar con su consecución. Es decir, en las empresas existe una serie de actividades organizadas para realizar un proceso, y éste a su vez se complementa con otros procesos para conseguir prestar los servicios/productos del negocio (Alonso, 2020).

Gráfico 20

Mapa de procesos



Fuente: *Investigación Propia*

2.2.3. Flujograma. –

Un diagrama de flujo, o flujograma, es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso se representa por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. (Constructores, 2000).

Gráfico 21

Simbología Flujograma

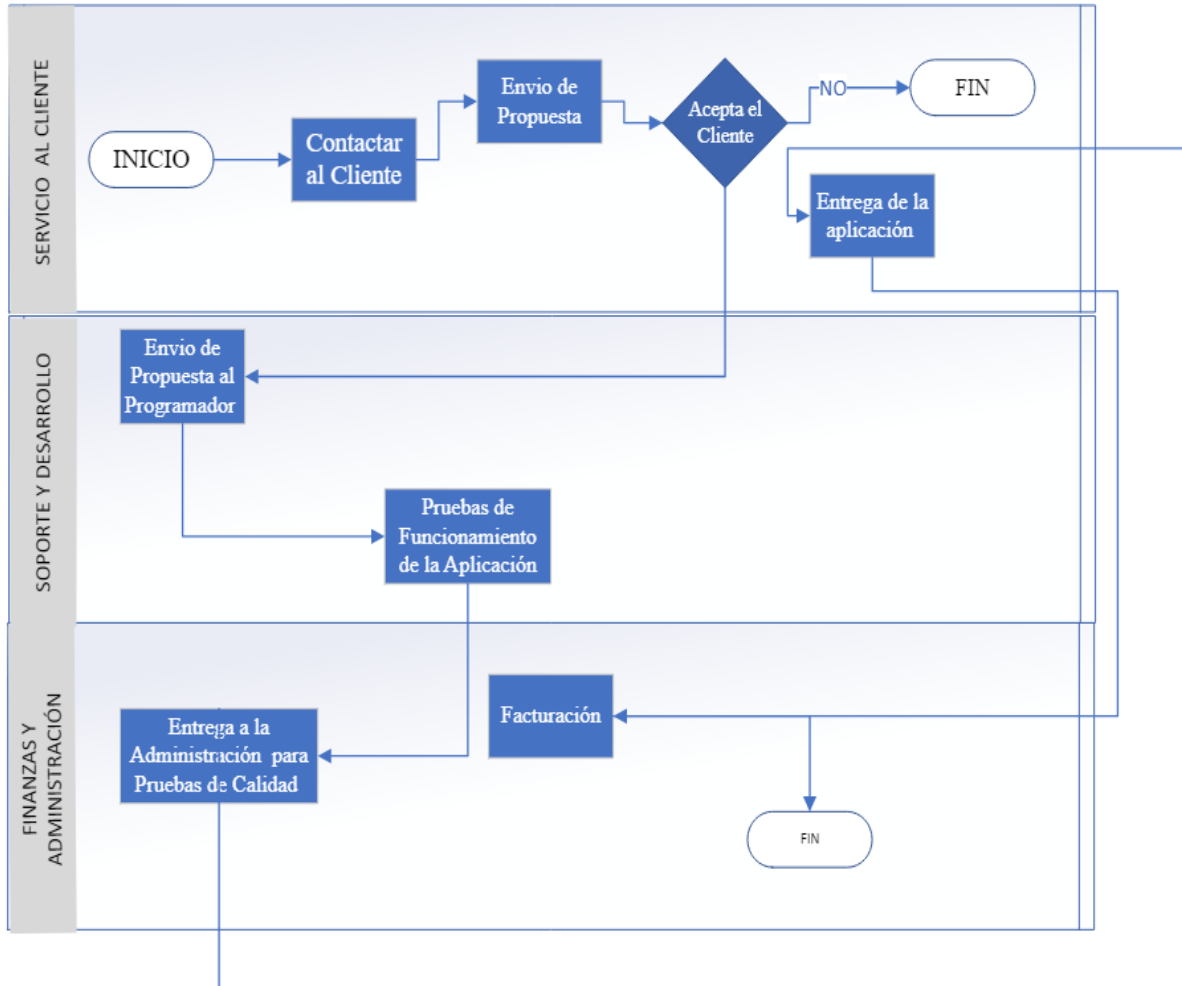
SÍMBOLO	SIGNIFICADO	SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Terminal: Indica el inicio o la terminación del flujo del proceso.		Actividad: Representa la actividad llevada a cabo en el proceso.
	Decisión: Señala un punto en el flujo donde se produce una bifurcación del tipo "Sí" – "No".		Documento: Documento utilizado en el proceso.
	Base de Datos: Empleado para representar la grabación de datos.		Línea de Flujo: Indica el sentido del flujo del proceso.

Fuente: *Gestión de Calidad*

Elaborado por: <https://www.aiteco.com/diagrama-de-flujo/>

Gráfico 22

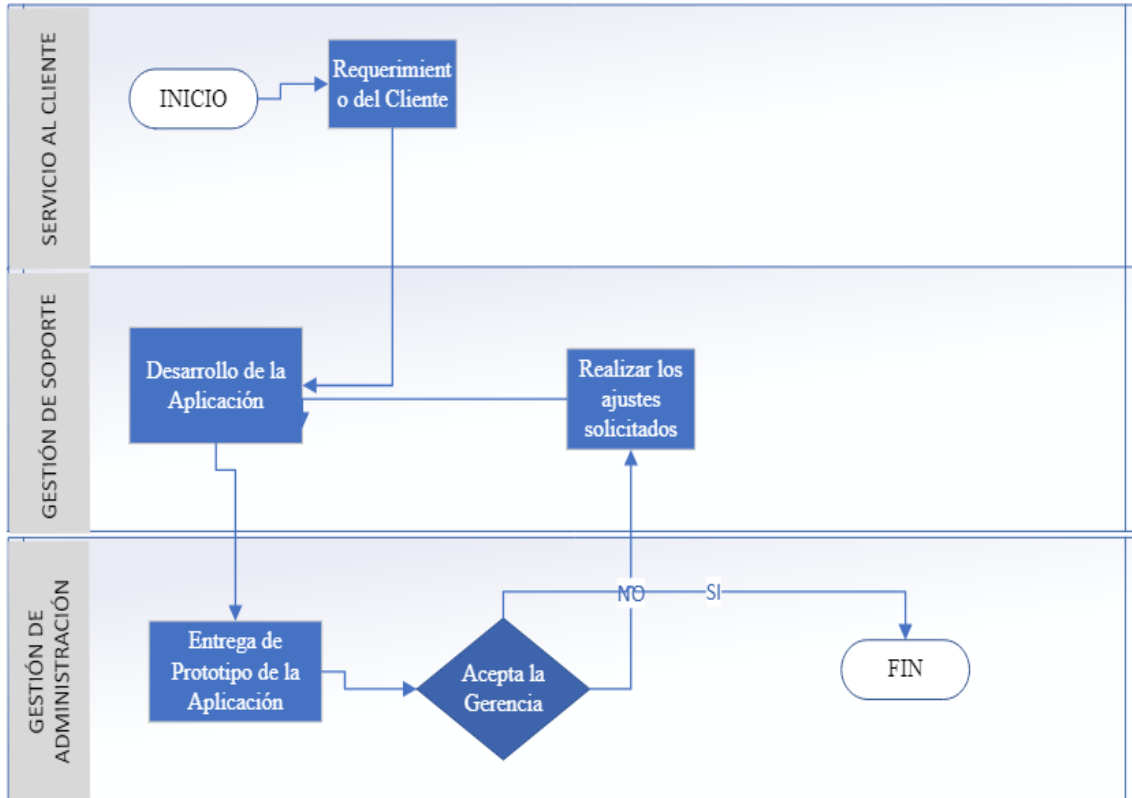
Flujograma de gestión de ventas



Fuente: *Investigación Propia*

Gráfico 23

Flujograma de Gestión de Soporte



Fuente:

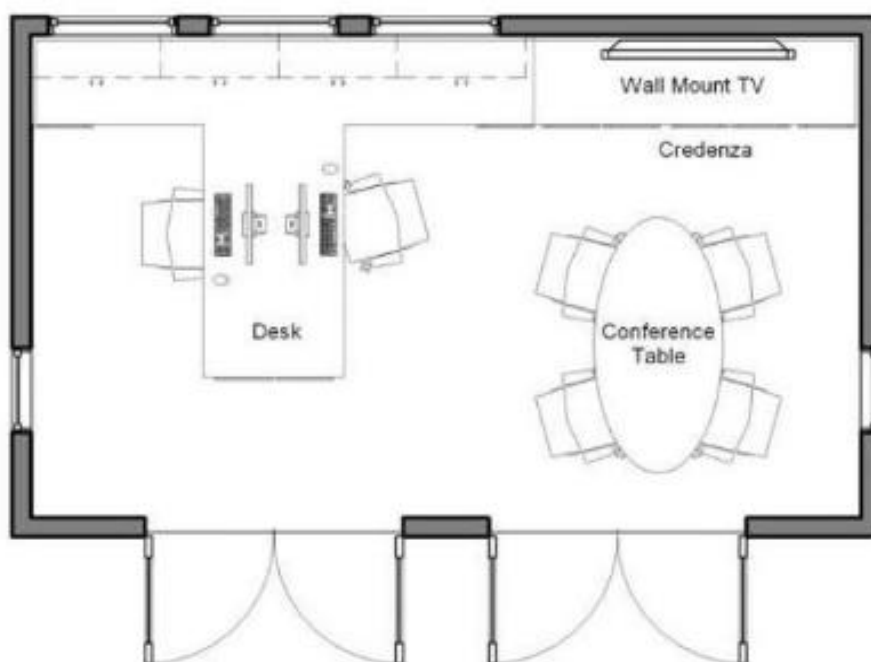
Investigación Propia

2.2.4. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

instalaciones de la empresa RecibApp está ubicada al norte de Quito en el sector de Calderón, cuenta con una sola oficina, con dos computadores: uno computador del Administrador o gerente y la segunda para el vendedor cuando tenga que pasar sus informes de gestión; una mesa de reunión para socializar la novedades, avances o decisiones que se vayan a tomar en la empresa; al ser una empresa de servicios no es necesario tener instalaciones grandes ya que todo se lo realiza en base a la tecnología.

Gráfico 24

Plano de Oficina



Fuente: <http://planosycasas.net/>

2.2.5. Descripción de equipos. –

A continuación, se detalla los equipos que se van a utilizar para la instalación de la Oficina de la empresa RecipApp que son los equipos de computación, muebles y enseres.

Tabla 24

Descripción de Equipos de Computación

#	Descripción del equipo	Costo Unitario	Costo Total
2	Laptop HP	\$ 1,200.00	\$ 2,400.00
1	Proyector Epson	\$ 150.00	\$ 150.00
1	Impresora Multifunción	\$ 200.00	\$ 200.00
1	Teléfono Celular	\$ 250.00	\$ 250.00
5			\$ 3,000.00

Fuente: *Investigación propia*

Tabla 25

Descripción de Muebles y Enseres

#	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
1	Mesa redonda	\$ 50.00	\$ 50.00
2	Mesas de escritorio	\$ 30.00	\$ 60.00
6	Sillas giratorias	\$ 20.00	\$ 120.00
1	Mueble archivador	\$ 60.00	\$ 60.00
10			\$ 290.00

Fuente: *Investigación propia*

2.2.6. Descripción del personal. –

Se planifique para la empresa RecibApp se necesita tres personas que apoyaran al desarrollo diaria para alcanzar los objetivos, misión y visión que se estableció, se detallas a continuación.

Tabla 26

Descripción del personal

Actividad	Tiempo	No Personas	Horas-hombre
(Gerente). - Admiración y toma de decisiones para el bienestar de la empresa, como la gestión y control de las aplicaciones para entregar al cliente	8 horas	1	40 semanales
(Vendedor). - visitar a conjuntos habitacionales según el sector que corresponda para ofrecer y convencer del servicio.	8 horas	1	40 semanales

Fuente: *Investigación propia*

2.2.7. Tecnología a aplicar

La tecnología que se aplicará para este plan de negocio será el desarrollo de una aplicación para el registro de pagos electrónicos en conjunto habitacionales y/o condominios en la parroquia de Calderón al Norte de Quito, su almacenamiento de información será en la nube; así como también estará acompañado con un plan de marketing que se encargará de la publicidad en redes sociales y también la elaboración de trípticos informativos para captar mercado.

2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.3.1. Ritmo de capacidad operacional.

En este ítem se desarrollará el proceso de capacidad operacional para satisfacer la demanda del cliente que se detalla a continuación.

Tabla 27

Ritmo de Capacidad Operacional Administración

Actividad	No Personas	Tiempo Promedio (horas)	Tiempo Normal (horas)	Ritmo de Trabajo
- Organizar las rutas a seguir para vendedor	1	2	2	30%
- Comunicación con clientes potenciales para verificar el buen funcionamiento de la aplicación	1	2	2	35%
- Actividades administrativas	1	3	2	15%
Total	1		8	100%

Fuente: *Investigación propia*

Tabla 28

Ritmo de Capacidad Operacional vendedor

Actividad	No Personas	Tiempo Promedio	Tiempo Normal	Ritmo de Trabajo
- Visitar a posibles clientes del sector de Calderón, según rutas establecidas	1	½ hora	40 min	80%
- Entrega de bitácora a gerencia	1	½ hora	1 hora	10%
- Solicitud al programador para desarrollar las modificaciones a la aplicación, según lo solicitado por el cliente	1	½ hora	1	10%
Total	1		8	100%

Fuente: *Investigación propia*

2.3.2. Nivel de inventario promedio

Para este plan de negocio de servicio no cuenta con inventario en productos, sin embargo, se lleva un inventario de lo que utiliza para el desarrollo de las actividades.

Tabla 29

Inventario Promedio

Suministros	Cantidad
Resmas de papel	2
Archivadores	6
Carpetas	3
Pend Drive	1
Cartuchos	2
Caja Esferos	2
Perforadora	1
Grapadora	1

Fuente: *Investigación propia*

2.3.3. Número de trabajadores

El presente plan de negocios, para la implementación de una empresa que ofrece servicios para la administración de conjuntos habitacionales y/o urbanizaciones, contara inicialmente con tres personas y según se vaya generando mayor acogida en el mercado se analizara la integración de otro colaborador para poder cubrir las necesidades de los clientes, a continuación, se detalla los trabajadores con los que contara la empresa.

2.4. CAPACIDAD OPERACIONAL

2.4.1. Capacidad operacional futura

La capacidad de operación es la capacidad que tiene una unidad productiva para producir su máximo nivel en servicios con una serie de recursos disponibles. Para su cálculo, tomamos de referencia un periodo de tiempo determinado. (Helmut, 2020)

Para obtener incrementos con el pasar de los años, la organización debe aprovechar la utilización de los recursos de forma óptima, así como la tendencia de uso de medios productivos en condiciones normales de funcionamiento.

Tabla 30

Capacidad de operación

	Proyección por día	Proyección por semana	Proyección por mes	Proyección por año
Venta de Servicios	4	20	80	960

Fuente: *Investigación propia*

Tabla 31

Capacidad de operación futura

Año	Capacidad Futura
2022	960
2023	979
2024	999
2025	1019
2026	1039

Fuente: *Investigación propia*

La proyección de venta del servicio para la administración de conjuntos habitacionales y/o condominios, será de 960 servicios al año con un incremento anual del 1.02, para esta proyección será necesario contratar un vendedor más para abastecer a todo el mercado.

2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA CAPACIDAD DE OPERACIÓN

2.5.1. Especificaciones de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Al ser una empresa que brinda un servicio para el registro electrónico de pagos para conjuntos habitacionales y/o condominios en la parroquia de calderón no tiene materia

prima, sin embargo, es necesario tener conexión a internet para desarrollar los requerimientos del cliente.

Tabla 32

Materia Prima y la Sustitución

Materia Prima	Sustitución	Porcentaje
Red de Internet	Datos Móviles	25%
Computador	Celular o Tablet	25%
Almacenamiento en la nube	Disco duro	10%
Aplicación	Recibos manuales	40%
Total		100%

Fuente: *Investigación propia*

Como se puede observar en la tabla, no se tiene un gran número de materia prima por ser un servicio sin embargo son de gran importancia para su desarrollo y poder sustituirlos definitivamente no se podría ya que no va relacionado para su funcionamiento eficiente; también se necesita mantener suministros para la prestación de sus servicios, como se detalla a continuación:

Tabla 33

Suministros de oficina

Suministros	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
Resmas de papel	2	24
Archivadores	6	12
Carpetas		12
Pend Drive		4
Cartuchos		4
Caja Esferos		3
Perforadora		1
Grapadora		1

Fuente: *Investigación propia*

2.6. CALIDAD

2.6.1. Método de control de calidad

La calidad del servicio facilita que la producción sean un éxito, para ello se ha implementado diferentes mecanismos para llevar un proceso adecuado para un buen producto final, para esto se creará una herramienta de medición de calidad vía mail, whats app o llamada telefónica en donde receptaremos los niveles de satisfacción e insatisfacción de los clientes, así como también un análisis con el Diagrama de Pareto. con el objetivo de saber la reacción del mercado frente al negocio.

Tabla 34

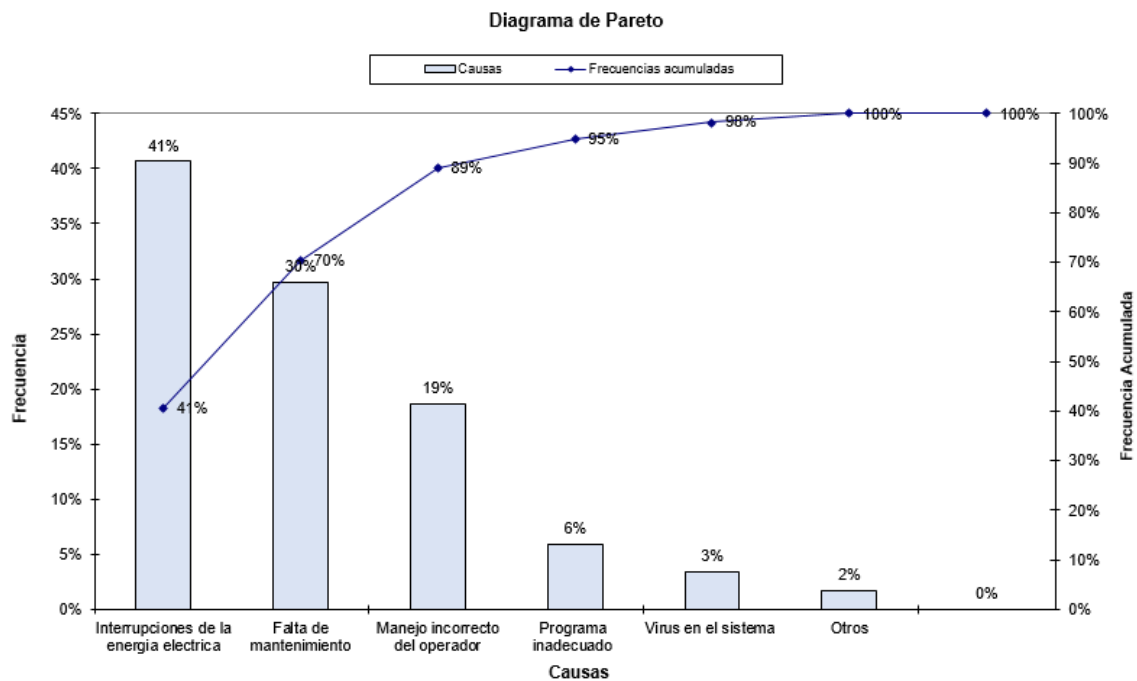
Diagrama de Pareto

Causas	Frecuencia	Frecuencia Normalizada	Frecuencia Acumulada
Interrupciones de la energía eléctrica o Internet	48	41%	41%
Falta de mantenimiento en computadoras	35	30%	70%
Manejo incorrecto de la aplicación	22	19%	89%
Programa inadecuado	7	6%	95%
Virus en el sistema	4	3%	98%
Otros	2	2%	100%
		0%	100%

Fuente: *Pareto e Investigación*

Gráfico 25

Diagrama de Pareto



Fuente: Pareto

Con la información reflejada en el gráfico, podemos observar que el mayor porcentaje es el de la interrupción de la energía eléctrica o el internet por esta razón se pensaría nuevas estrategias como es la adquisición de una planta eléctrica o paneles solares para poder solventar estos inconvenientes no planificados.

Otra de las causas con porcentajes altos es la falta de mantenimiento a las computadoras, por esta razón se debería establecer mantenimientos frecuentes de una vez por mes en las máquinas (computadoras) de la empresa.

2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional

Gestionar, evaluar y controlar la implementación de sistemas de gestión de seguridad en los centros de trabajo de las empresas e instituciones públicas y privadas, a través de la emisión de normativas, guías técnicas e instrumentos, que permitan la implementación de sistemas de gestión y el cumplimiento de normativa jurídica vigente, en materia de seguridad y prevención de riesgos laborales.

Entre los objetivos que persigue el Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo están:

- Mejorar las condiciones de los trabajadores referentes a Seguridad y Salud en el Trabajo.
 - Desarrollar consciencia preventiva y hábitos de trabajo seguros en empleadores y trabajadores.
 - Disminuir las lesiones y daños a la salud provocados por el trabajo.
 - Mejorar la productividad en base a la gestión empresarial con visión preventiva.
- (Ministerio de trabajo, 2020)

Para la empresa de servicios se ha establecido las siguientes normas para precautelar la salud y bienestar de los colaboradores.

Adecuaciones físicas según los requerimientos de entes de control como los Bomberos, es decir instalaciones eléctricas cubiertas con canaletas, señalización de seguridad, extintor y nomenclatura en tomacorrientes.

Proporcionar un buen y cómodo ambiente en la oficina con excelente luminaria, sillas ergonómicas, dispensadores de agua y pausas activas para un desempeño óptimo y saludable de las personas que conforman la empresa.

Dentro de las normativas de Higiene, se solicita el lavado de manos frecuente, el uso de mascarillas, limpieza de escritorios con alcohol.

CAPITULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Se lleva a cabo la descripción y definición de objetivos, visión, misión, objetivos y estrategias de la empresa, el análisis FODA, la organización funcional interna de la empresa con su estructura, funciones y descripciones del puesto, así como también el análisis de los indicadores de gestión para identificar futuras necesidades de personal.

3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1. 3.2.1 Visión de la empresa

Ser una empresa líder con un alcance de 60% hasta el año 2027 en servicio para la administración de registros de pagos en conjuntos habitacionales y/o condominios en toda la ciudad de Quito.

3.1.2. 3.2.2 Misión de la empresa

Es una organización que brinda un servicio mediante una aplicación web amigable y confiable para el registro de pagos electrónicos en conjuntos habitacionales de y/o condominios en el sector de Caderón, que apoya en la buena administración, fortaleciendo la comunicación y buen manejo de los recursos, para satisfacer las necesidades de los copropietarios.

3.1.3. 3.2.3 Objetivos y estrategias

ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio de una empresa permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. (Economía, 2017-2022)

Tabla 35

Matriz FODA

Matriz FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Estrategia de nuevas ideas tecnológicas	Nuevas herramientas digitales para impulsar la organización y abarcar el mercado.
Personal capacitado	Virtualización de registro de pagos.
Posicionamiento en el mercado	Alto número de conjuntos habitacionales en el sector de Calderón.
Trabajo en equipo	Innovación de nuevas metodologías para virtualizar la administración
DEBILIDADES	AMENAZAS
Limitada confiabilidad por el tipo de servicio.	Falta o insuficiencia de recursos tecnológicos de las personas adultas mayores
Falta de conocimiento de los clientes sobre el uso de métodos digitales.	Poca cobertura de internet o baja calidad del servicio en los hogares.
Poca experiencia en el giro del negocio.	Desconocimiento de los nuevos métodos de registro de pagos

Fuente: *Investigación propia*

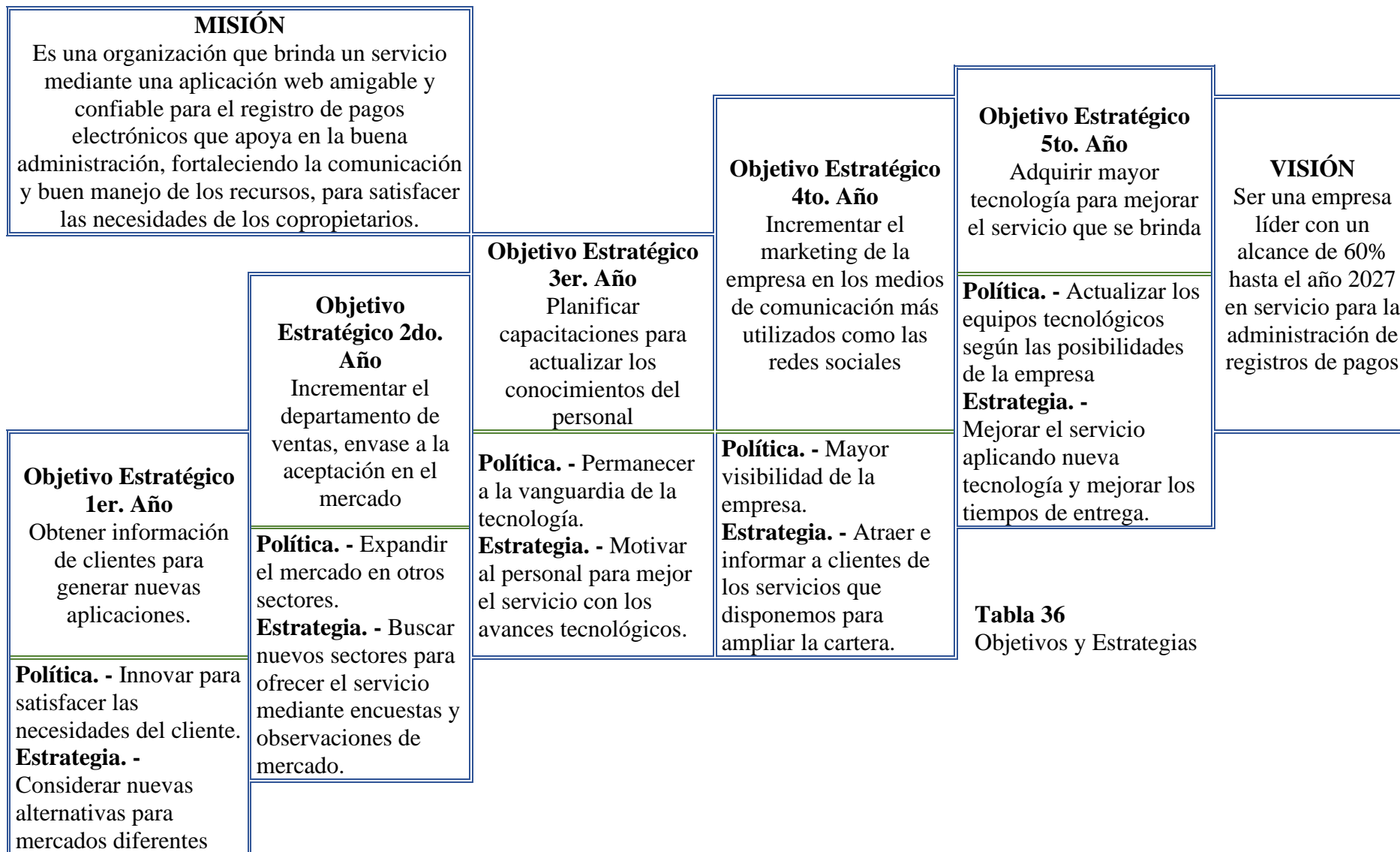


Tabla 36
Objetivos y Estrategias

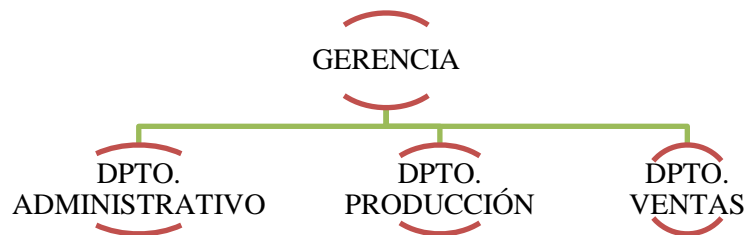
3.1.4. 3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.3.1 Organización interna

La dirección de la empresa consiste en realizar funciones de gobierno, dar todo tipo de instrucciones y establecer los criterios convenientes para la consecución de los objetivos marcados. El directivo ha de combinar los factores humanos y materiales de la empresa sin perder de vista el entorno. Para llevar a cabo esta tarea necesita planificar, organizar, gestionar y controlar todos los factores que tiene disponibles. (Ramoneda, 1993)

Gráfico 26

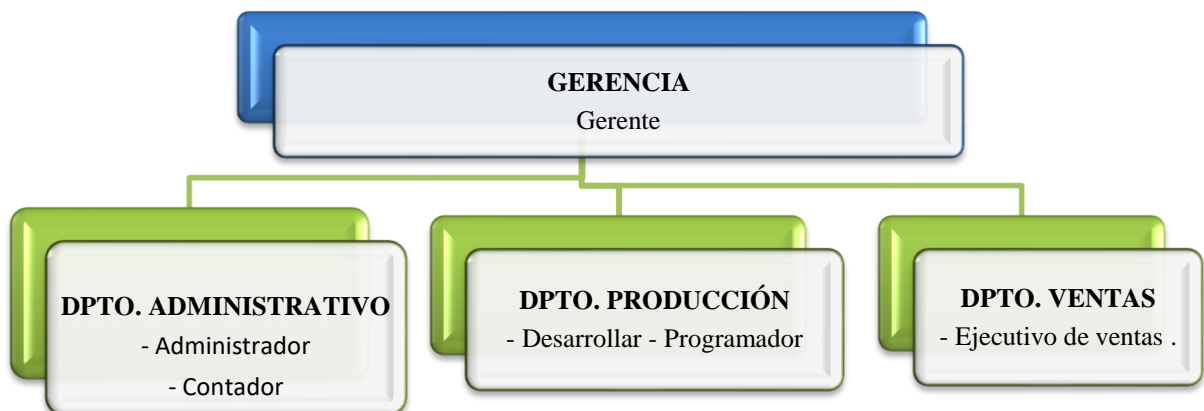
Organigrama Estructural



Fuente: *Organización de la Empresa*

Gráfico 27

Organigrama Funcional



Fuente: *Organización de la Empresa*

3.3.2 Descripción de puestos

Todas las empresas están formadas por un conjunto de elementos distintos en cada una de ellas. Pero, hay uno que es común a todas, la necesidad del factor humano. Contar con personas que realicen sus tareas acordes a una previa descripción de puestos de trabajo. Además, llegar a construir una plantilla de empleados sólida es una tarea complicada. Tarea que va mucho más allá de escoger una persona para cubrir cierta vacante. Por tanto, atraer a los candidatos es el primer paso, pero para decidir hay que tener en cuenta muchos factores. Entre ellos, tener clara una descripción de cada puesto dentro de la empresa. (Chiabonato, 2009)

Tabla 37

Descripción de Puesto Gerente - Administrador

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Gerente - Administrador
Jefe Inmediato Superior	Junta Directiva
Supervisa a	Departamento de Producción y Departamento de Ventas

II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Responsable de organizar, dirigir y controlar el cumplimiento de las actividades externas e internas de la empresa para alcanzar los objetivos planteados	

III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Representante Legal y Jurídico de la empresa.• Toma de decisiones segun necesidades de la empresa• Realizar rutas en el sector de calderón para vendedor• Seguimiento de ventas y marketing de la empresa• Control de calidad del producto terminado.• Registros contables, documentación para entes de control.• Desarrollar un ambiente laboral óptimo para obtener personal proactivo y productivo.	

IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO	
Título Profesional	Ing. Administración de Empresas
Experiencia	2 a 3 años en cargos similares <ul style="list-style-type: none">• Manejo de equipos de trabajo.• Facilidad de Comunicación• Liderazgo• Pensamiento Crítico
Habilidades	
Formación	Título de Tercer o Cuarto Nivel

Fuente: *Manual de Trabajo de Titulación*

Tabla 38

Descripción de Puesto Gestión de Producción

I. INFORMACIÓN BÁSICA

<i>Puesto</i>	Desarrollador Informático
<i>Jefe Inmediato Superior</i>	Gerente - Administrador
<i>Supervisa a</i>	No Aplica

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Responsable de la elaboración de la aplicación

III. FUNCIONES

- Desarrollo de la aplicación según las necesidades de la empresa
- Mantenimiento de las aplicaciones entregadas
- Capacitación permanente de las aplicaciones desarrolladas
- Control del buen funcionamiento de las aplicaciones entregadas

IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO

<i>Título Profesional</i>	Ing. en Sistemas
<i>Experiencia</i>	2 a 3 años en cargos similares
<i>Habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none">• Manejo de Excel avanzado• Trabajo en equipo• Responsabilidad con el cumplimiento de funciones• Dominio en el desarrollo de aplicaciones
<i>Formación</i>	Título de Tercer o Cuarto Nivel

Fuente: *Manual de Trabajo de Titulación*

Tabla 39

Descripción de Puesto Gestión de Ventas

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Vendedor
Jefe Inmediato Superior	Gerente - Administrador
Supervisa a	No Aplica
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Responsable de la venta en el sector de Calderón	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Recorrer las rutas y tiempos establecidos• Venta directa en conjuntos habitacionales y/o condominios• Toma de información para el desarrollo de la aplicación• Entrega y capacitación de la aplicación• Control y seguimiento de clientes	
IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO	
Título Profesional	Bachiller
Experiencia	2 a 3 años en cargos similares <ul style="list-style-type: none">• Manejo de Excel• Trabajo en equipo Responsabilidad con el cumplimiento de funciones.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Poder de convencimiento a clientes• Facilidad de palabra• Conocer la Ciudad
Formación	Bachiller

Fuente: *Manual de Trabajo de Titulación*

3.4 CONTROL DE GESTIÓN

3.4.1 Indicador de gestión

La empresa utilizara para evaluar su éxito y alcanzar los objetivos planteados. Los indicadores de gestión, estrategias claves para el desempeño de las actividades según las funciones establecidas para medir y mejorar las metas.

Tabla 40*Indicadores de Gestión*

AREAS	INDICADORES	TIEMPO	META
Gestión de Producción	Número de producción realizada / Número de producción planificada	Mensual	100%
	Número de mantenimientos realizados / Número de mantenimientos planificados	Mensual	100%
	Número de capacitaciones brindadas / Número de capacitaciones solicitadas	Mensual	100%
	Número de actualizaciones de aplicaciones investigadas / Número de aplicaciones desarrolladas	Mensual	100%
Gestión de Ventas	Número de rutas establecidas / Número de rutas cumplidas	Mensual	100%
	Número de clientes atendidos / Número de clientes programados	Mensual	100%
	Número de facturas recibidas / Número de facturas registradas	Mensual	100%
	Número de pagos recibidos / Número de pagos generados	Mensual	100%
	Número de informes recibidos / Número de informes solicitados	Mensual	100%

Fuente: *Investigación propia*

3.5 NECESIDADES DE PERSONAL

Para iniciar las actividades que se va a desarrollar en la empresa se necesitará 3 personas y conforme se generen mayores necesidades se hará contrataciones respectivas. Se detalla a continuación el personal a ser contratado.

Tabla 41

Personal

Cargo	Tipo de Empleados	# de Empleados
Gerente / Administrador	Fijo	1
Programador / Contador	Trabaja bajo prestación de Servicios Profesionales	1
Vendedor	Fijo	1
Total		3

Fuente: *Investigación propia*

CAPITULO IV

4. ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1.1. 4.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL

Determinación de la forma jurídica de la empresa, como son sus obligaciones, documentos y trámites legales, permisos, marcas y licencias para el buen funcionamiento.

4.1.2. 4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La empresa RecibApp, dedicada a brindar servicio mediante una aplicación para el registro de pagos electrónicos de obligaciones en Conjuntos Habitacionales y/o Condominios en la parroquia de Calderón al norte de la ciudad de Quito; se constituye bajo la figura de S.A.S Sociedad de Acciones Simplificadas, conformado por un solo socio.

La sociedad por acciones simplificadas es un tipo de compañía que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado sin costo. Tiene como objetivo impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos. (Gobierno, 2021)

La empresa bajo la figura de S.A.S. debe cumplir con una serie de requisitos que se detalla a continuación:

- Reserva de denominación (ver trámite en línea Reserva de Denominación).
- Acto constitutivo o contrato constitutivo.
- Nombramiento(s) de Representante Legal.
- Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es: Tipo de solicitante, Nombre completo, Número de identificación, Correo electrónico, Teléfono convencional y/o teléfono celular, Provincia, Ciudad, Dirección, Copia(s) de cédula o pasaporte.

4.1.3. 4.3 PATENTES Y MARCA

4.1.4. MARCA

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, Derechos Intelectuales , 2021)

- Se realiza la solicitud ante la entidad pertinente para iniciar el trámite de registro de nombre y logotipo, para lo cual se cancela el pago de USD 260,00.
- La etapa de revisión del requerimiento lleva un mes de proceso y se publica en una gaceta de la entidad, con el fin de que sea evidenciada por terceros.
- El registro es el siguiente paso y corresponde a la última publicación que se realiza para la verificación por parte de terceros.
- Una vez que se ha superado los pasos señalados se emite una resolución de propiedad intelectual y de esta forma se obtiene la respectiva certificación. (SENADI, Registro de Marca)

4.1.5. PATENTE.

Es un permiso que otorga el Municipio a las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimientos en el cantón, que realizan permanentemente actividades económicas. (Municipio)

Los contribuyentes que se encuentren inscritos en el Registro de Actividades Económicas Tributarias RAET, y que no hayan ejercido actividad económica en el Distrito Metropolitano de Quito, podrán solicitar la baja del impuesto de patente municipal y/o 1.5 x mil sobre los activos totales (Municipio)

Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad:

- Formulario de declaración inicial de Actividad Económica;
- Cédula y papeleta de votación;
- Copia del Registro Único de Contribuyentes;
- Tabla de amortización (deuda) en caso de tener préstamos con cargo a la actividad económica;
- Copia de la matrícula en caso de transporte;
- Copia del impuesto predial en caso de arriendos;
- Certificado de no adeudar al Municipio; y,
- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos
- Pago del impuesto de patentes y servicios administrativos

4.4 LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES.

La empresa RecibApp tiene que realizar los trámites para sacar varios permisos que obligan los entes de control para el buen funcionamiento, entre los que se puede mencionar son:

4.1.6. RUC. (Registro Único de Contribuyentes).

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria. Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos (Internas, 2021)

Requisitos

- Cédula de ciudadanía original.
- Certificado de votación original.
- Planilla, comprobante de servicio básico original.

4.1.7. BOMBEROS.

El permiso de funcionamiento es un trámite que se lo realiza con el fin de dar inicio a una actividad, por lo tanto, el jefe del Cuerpo de Bomberos es la persona responsable de conceder los permisos anuales y de adoptar las medidas necesarias para prevenir flagelos dentro de su jurisdicción (Bomberos, 2021)

Requisitos Obligatorios:

Requisitos para obtención del permiso de funcionamiento para locales hasta de 100m²

- Solicitud de inspección dirigida a la Jefatura del Cuerpo de Bomberos
- Informe técnico de inspección favorable
- Copia del certificado de uso de suelo
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación
- Copia de RUC o RISE
- Extintor de 10 libras de polvo químico seco (ABC) uno por cada 50m², instalado a 1,50 de altura y con la respectiva señaletica de uso y manejo (art.29 Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio)
- Lámparas de emergencias instaladas en las respectivas rutas de evacuación y salidas de emergencias (art.21 Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio)
- Letrero del ECU 911 (*Norma de la secretaria de Gestión de Riesgos*)
- Si el aforo del establecimiento comercial es superior a 10 personas, o su dimensión es mayor a 100m², se debe presentar un plan de emergencias y evacuación, debidamente firmada por un profesional del área de Seguridad Industrial y/o Gestión de Riesgos
- Si el establecimiento es considerado de alto riesgo debido a los productos de comercialización y/o cargas caloríficas se deberá realizar un Plan de Emergencias y Evacuación
- Copia del contrato de arrendamiento (debidamente registrado en la Jefatura de Avalúos y Catastros). (Bomberos, 2021).

4.1.8. LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas).

Es el permiso de funcionamiento que otorga el GAD del Distrito Metropolitano de Quito, para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, el cual contiene un código QR que permite a las Entidades de Control comprobar la veracidad del documento.

Previo a la solicitud de LUAE, deben cumplir con el registro de Patente Municipal, el pago de dicho impuesto y Tasas relacionadas con el desarrollo de su actividad económica, del año inmediato anterior siempre y cuando sea exigible. Adicional debe conocer el número de predio del establecimiento en donde realiza la actividad económica. (Quito, 2022)

Pasos para el trámite:

1. Acceder al portal: pam.quito.gob.ec en la opción: "LUAE Digital".
2. Digite el número de RUC y la clave de la patente municipal.
3. Seleccione el tipo de trámite que va a realizar; "EMISIÓN" o "RENOVACIÓN"
4. Ingrese y valide los datos solicitados (información general, predio, dirección, actividad económica)
5. Genere la solicitud LUAE y cumpla con los pasos detallados en la parte inferior del documento, según el procedimiento correspondiente.
6. Finalmente recibirá la LUAE Digital al correo electrónico registrado al inicio de su Solicitud.

CAPITULO V
5. ÁREA FINANCIERA

5.1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO

Se elaboran y describe el plan de inversiones (detalle de los materiales que se van a utilizar), plan de financiamiento (descripción del dinero interno y externo que se utilizara), el cálculo de costos al detalle y proyectados, el cálculo de costos anuales y unitario mensual, la depreciación del flujo de caja, el punto de equilibrio, el estado de resultados proyectado y la evaluación financiera.

5.1.2. PLAN DE INVERSIONES

El plan de inversión de la empresa RecibApp se detalla a continuación:

Tabla 42

Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
COSTOS		
COSTOS DIRECTOS		3720.00
Servicios Profesionales Desarrollador	1200.00	3600.00
Materia Prima Directa (Internet)	40.00	120.00
COSTOS INDIRECTOS		131.50
Materiales de Limpieza	8.00	24.00
Equipos de Protección (mascarillas, guantes)	10.00	30.00
Servicios Básicos (Agua/Luz) Producción	25.00	75.00
Extintor	50.00	2.50
GASTOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		23874.84
Suministros de Oficina	32.70	98.10
Sueldos y Salarios	6905.58	20716.74
Servicios Profesionales Contador	1000.00	3000.00
Plan Internet (Vendedor)	20.00	60.00
GASTOS DE VENTA		360.00
Publicidad	100.00	300.00
Combustible	20.00	60.00
TOTAL	9411.28	28086.34

Tabla 43

Plan de Inversión

PLAN INVERSIÓN					
DESCRIPCIÓN	#	DESCRIPCIÓN	VALOR U.	SUB TOTAL	TOTAL (USD)
ACTIVOS FIJOS					3310.00
					290.00
Muebles y Enseres	1	Mesa redonda	50.00	50.00	
	2	Mesas de escritorio	30.00	60.00	
	6	Sillas giratorias	20.00	120.00	
	1	Mueble archivador	60.00	60.00	
					2550.00
Equipos de Computación	2	Laptop HP	1200.00	2400.00	
	1	Proyector Epson	150.00	150.00	
					470.00
Equipos de Oficina	1	Teléfono Celular	250.00	250.00	
	1	Impresora Multifunción	200.00	200.00	
	1	Regulador	20.00	20.00	
ACTIVOS DIFERIDOS					400.00
Gastos de Constitución	1	Patente	15.00	15.00	
	1	Gastos notariales	50.00	50.00	
	1	Bomberos	0.00	0.00	
	1	SENADI	210.00	210.00	
	1	LUAE	125.00	125.00	
Capital de Trabajo					28086.34
TOTAL					31796.34

Según la descripción del plan de inversión se necesitará un valor inicial de \$31,796.34 dólares americanos que provienen de fondos familiares y propios.

5.1.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Para el plan de financiamiento inicial será con fondos propios, ahorros de varios años para desarrollar este negocio que se tenía en mente sin recurrir a instituciones bancarias.

Tabla 44

Plan de Financiamiento

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	%	USD
Recursos Propios			
Aportación de Socios			31,796.34
Socio 1 Gerente	15,898.17	50%	
Socio 2 Familia	15,898.17	50%	
Recursos de terceros			
TOTAL		100%	31,796.34

Tabla 45

Estructura del Financiamiento

INVERSIONES	VALOR
ACTIVOS FIJOS	3,310.00
ACTIVOS DIFERIDOS	400.00
CAPITAL DE TRABAJO	28,086.34
TOTAL	31,796.34

El plan de financiamiento tiene un monto de \$31,796.34 dólares, está cubierto por el 50% de recursos propios (gerente) que representa la cantidad de \$15898.15 dólares, y aporte familiar serán el 50% que representa la cantidad de \$15898.15 dólares.

5.1.4. CALCULO DE COSTOS Y GASTOS

5.1.5. Detalle de costos

El cálculo de costos es uno de los elementos que no pueden faltar para poder determinar la viabilidad de un proyecto. La estimación precisa de los gastos que implicará el proyecto es crucial para mantenerse dentro del presupuesto y poder completar el proyecto. (OBS, 2015)

Tabla 46

Detalle de Costos

CONCEPTO	MENSUAL	AÑO 1
COSTOS DIRECTOS		
Servicios Profesionales	1,200.00	14,400.00
Materia Prima Directa (Internet)	40.00	480.00
COSTOS INDIRECTOS		
Materiales de Limpieza	8.00	96.00
Equipos de Protección (mascarillas, guantes)	10.00	120.00
Servicios Básicos (Agua/Luz)		
Producción	25.00	300.00
Extintor	50.00	10.00
TOTAL	1,333.00	15,406.00

El total de costos directos e indirectos proyectados para un año son de \$15406.00 dólares

5.1.6. Proyección de costos

La proyección de costos nos ayudara a tener una mejor estimación a futuro de los mismos, establecer prioridades y llevar conseguir una eficiente asignación y control de los recursos, evitando costos innecesarios; para la empresa RecibApp se proyectan unos costos de \$733.00 dólares mensuales y \$8206.00 dólares anuales.

Tabla 47

Proyección de Costos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
COSTOS DIRECTOS						
Servicios Profesionales	1200.00	14400.00	14688.00	14981.76	15281.40	15587.02
Materia Prima Directa (Internet)	40.00	480.00	489.60	499.39	509.38	519.57
COSTOS INDIRECTOS						
Materiales de Limpieza	8.00	96.00	97.92	99.88	101.88	103.91
Equipos de Protección (mascarillas, guantes)	10.00	120.00	122.40	124.85	127.34	129.89
Servicios Básicos (Agua/Luz)			306.00	312.12	318.36	324.73
Producción	25.00	300.00				
Extintor	50.00	10.00	10.20	10.40	10.61	10.82
TOTAL	1,333.00	15,406.00	15,714.12	16,028.40	16,348.97	16,675.95

5.1.7. Detalle de gastos

Los gastos de un proyecto, para ser estudiado y aprobado, requiere una concepción temática, una propuesta enmarcada en los campos que componen el sector y la construcción de una estructura financiera donde se detallan pérdidas de carácter financiero, es decir, el precio que hay que pagar -vía intereses y comisiones- por el capital prestado por terceros. (Guzman, 2004)

Tabla 48

Detalle de Gastos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Suministros de Oficina	32.70	294.30
Sueldos y Salarios	6,905.58	96,678.11
Plan Celular	20.00	240.00
Servicios profesionales contador	1,000.00	12,000.00
Depreciación muebles y enseres	2.42	29.00
Depreciación equipos de oficina	3.92	47.00
Depreciación equipos de computo	77.77	933.24
TOTAL	8,042.38	110,221.65
GASTOS DE VENTA		
Publicidad	100.00	1,200.00
Combustible	60.00	720.00
TOTAL	160.00	1,920.00
TOTAL, GASTOS	8,202.38	112,141.65

5.1.8. Proyección de gastos

proyección de gastos de la para la empresa RecibApp es de \$ 4169.12 dólares menses y \$44723.99 dólares anuales según los detalles de la tabla 48.

Tabla 49

Proyección de Gastos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Suministros de Oficina	32.70	294.30	300.19	306.19	312.31	318.56
Sueldos y Salarios	6,905.58	96,678.11	98,611.67	100,583.90	102,595.58	104,647.49
Plan Celular	20.00	240.00	244.80	249.70	254.69	259.78
Servicios profesionales contador	1,000.00	12,000.00	12,240.00	12,484.80	12,734.50	12,989.19
Depreciación muebles y enseres	2.42	29.00	29.00	29.00	29.00	29.00
Depreciación equipos de oficina	3.92	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00
Depreciación equipos de computo	77.77	933.24	933.24	933.24	-	-
TOTAL	8,042.38	110,221.65	112,405.90	114,633.83	115,973.08	118,291.02
GASTOS DE VENTA						
Publicidad	100.00	1,200.00	1,224.00	1,248.48	1,273.45	1,298.92
Combustible	60.00	720.00	734.40	749.09	764.07	779.35
TOTAL	160.00	1,920.00	1,958.40	1,997.57	2,037.52	2,078.27
TOTAL, GASTOS	8,202.38	112,141.65	114,364.30	116,631.40	118,010.60	120,369.29

5.1.9. Mano de obra

Es aquella que se encuentra involucrada en el circuito productivo. Sus labores, indispensables, pueden asociarse fácilmente al bien o al servicio obtenido. Los trabajadores de una fábrica de compotas, por ejemplo, son mano de obra directa, adscrita a la nómina de la compañía. (Equipo editorial, 2022).

Tabla 50

Mano de obra

No	Cargo	No. D.T.	Sueldo Base	Décimo 3er S.	Décimo 4to. S.	Aportes IESS	Vacaciones	Costo
1	Gerente / Administrador	20	2,850.00	237.50	35.42	317.775	158.89	3,619.58
2	Vendedor	20	1,000.00	83.33	35.42	111.5	55.75	1,286.00
TOTAL			3,850.00	320.83	70.83	429.28	214.64	6,905.58

5.1.10. Depreciación

Es un gasto que permite el gobierno que genera un beneficio tributario y se justifica en el desgaste de los activos fijos despreciables. Realmente no representa un desembolso de dinero. Con este gasto se disminuye el monto de los impuestos lo que le permite a la empresa ahorrar para reponer el activo después de que se ha desgastado, el problema es que normalmente este ahorro no se hace y se gasta el dinero en otras actividades. (David, 2007)

Tabla 51

Depreciación

ACTIVO FIJO	% Depreciación	Años Vida Útil
Equipos de Oficina	10%	10
Muebles y Enseres	10%	10
Maquinaria y Equipo	10%	10
Equipo de Computo	33.33%	3

5.1.11. Proyección de la depreciación

Tabla 52

Proyección de la Depreciación

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DEP.	DEP. MENSUAL	VALOR 1°	VALOR 2	VALOR 3°	VALOR 4	VALOR 5	VALOR 6	VALOR 7	VALOR 8	VALOR 9	VALOR 10
MUEBLES Y ENSERES	290.00	10%	2.42	29.00	29.00	29.00	29.00	29.00	29.00	29.00	29.00	29.00	29.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2,800.00	33.3%	77.77	933.24	933.24	933.24							
EQUIPO DE OFICINA	470.00	10%	3.92	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00
TOTAL				1,009.24	1,009.24	1,009.24	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00

El valor obtenido con el cálculo de las depreciaciones según el activo y sus años de vida útil es desde 3 a 10 años; para este proyecto se calculó los muebles y enseres \$ 290 dólares por año, equipos de computación \$2800 dólares por año , y equipos de oficina \$470 dólares por año.

5.1.12. CALCULO DE INGRESOS

El ingreso total son todos los ingresos recibidos por una compañía en un periodo determinado de tiempo. Se calcula multiplicando la cantidad de unidades vendidas por su precio. Es decir, el ingreso total es el monto total que obtiene una compañía como producto de sus ventas o de su actividad económica. (Westreicher, 2020)

5.1.13. Proyección de ingresos

Tabla 53

Ingresos proyectados

	PRODUCTO	%	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
AÑO 1	Recibos Electrónicos	100%	70	840	200	14000.00	168000.00
AÑO 2	Recibos Electrónicos	100%	71	857	204	14565.60	174787.20
AÑO 3	Recibos Electrónicos	100%	73	874	208	15154.05	181848.60
AÑO 4	Recibos Electrónicos	100%	74	891	212	15766.27	189195.29
AÑO 5	Recibos Electrónicos	100%	76	909	216	16403.23	196838.78
	TOTAL	100%	364	4371	1041	75889.16	910669.87

Para la empresa se proyecta ventas mensuales de 70 servicios a \$200 c/u, total de \$14000.00 dólares en el sector de Calderon al Norte de la ciudad de Quito.

5.1.14. FLUJO DE CAJA

Tabla 54

Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS OPERACIONALES	31,796.34	168,000.00	174,787.20	181,848.60	189,195.29	196,838.78
	Recursos propios	31,796.34					
	Recursos de terceros	-					
	Ingresos por venta		168,000.00	174,787.20	181,848.60	189,195.29	196,838.78
B	EGRESOS OPERACIONALES		127,547.65	130,078.42	132,659.80	134,359.57	137,045.24
	Materia prima directa		480.00	489.60	499.39	509.38	519.57
	Mano de Obra Directa		14,400.00	14,688.00	14,981.76	15,281.40	15,587.02
	CIF		526.00	536.52	547.25	558.20	569.36
	Gastos de Administración		110,221.65	112,405.90	114,633.83	115,973.08	118,291.02
	Gastos de Ventas		1,920.00	1,958.40	1,997.57	2,037.52	2,078.27
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)		40,452.35	44,708.78	49,188.80	54,835.72	59,793.53
D	INGRESOS NO OPERACIONALES						
		31,796.34					
E	EGRESOS NO OPERACIONALES		14,663.98	16,206.93	17,830.94	19,877.95	21,675.16
	Pago de participación de utilidades		6,067.85	6,706.32	7,378.32	8,225.36	8,969.03
	Pago 25% Impuesto a la Renta		8,596.12	9,500.62	10,452.62	11,652.59	12,706.13
F	FLUJO NO OPERACIONAL(D-E)	31,796.34	-14,663.98	-16,206.93	-17,830.94	-19,877.95	-21,675.16
G	FLUJO NETO GENERAL (C-F)	-	31,796.34	25,788.37	28,501.85	31,357.86	34,957.77
	(+						
) DEPRECIACIONES		1,009.24	1,009.24	1,009.24	76.00	76.00
J	FLUJO NETO DE CAJA	-31,796.34	26,797.61	29,511.09	32,367.10	35,033.77	38,194.38

5.1.15. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad, es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales, no es más que ese mínimo necesario para no tener pérdidas y donde el beneficio es cero. A partir de él, la empresa empezará a obtener ganancias. Este concepto es esencial para saber cuál es el mínimo vital para poder sobrevivir en el mercado. Pero, además, tiene una forma de cálculo sencilla como veremos a continuación. (David, 2007)

Tabla 55

Datos para el calculo

PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	
Suministros de Oficina	33.00
Sueldos y Salarios	6,906
Servicios Profesionales (contador)	1,000
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	25.00
Plan Celular	20.00
Depreciación muebles y enseres	2.00
Depreciación equipos de computo	78.00
Depreciación equipos de oficina	4.00
TOTAL	8067.00
COSTOS VARIABLES unitarios	
Materia Prima (unit)	2.00
Mano de Obra directa(unit)	15.00
TOTAL	17.00
Precio de venta unitario	200

Qe= cantidad de equilibrio

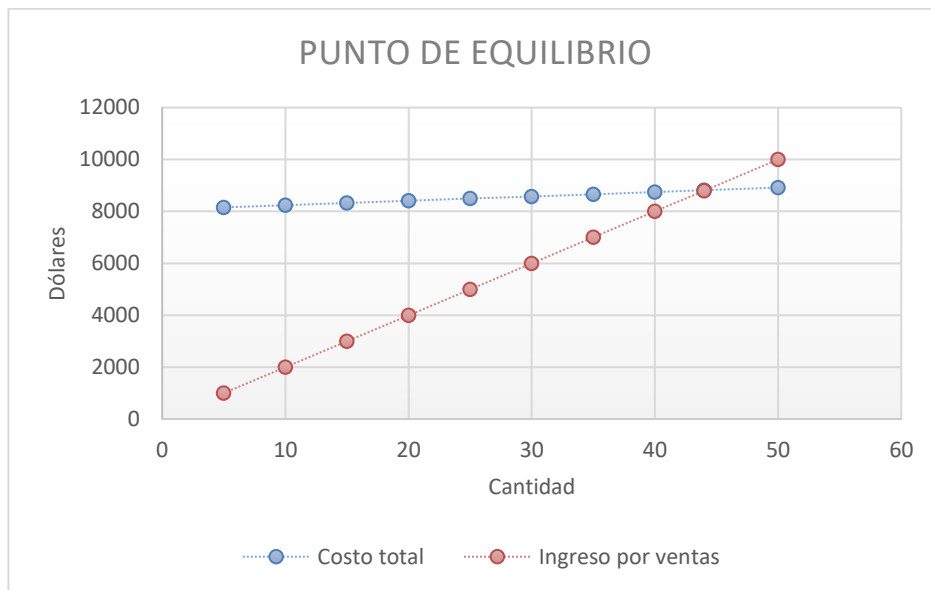
$$Q_e = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Prec. Vta. Unit} - \text{Costo Variable Unit}} = \frac{\$8,067.38}{\$183.00} = 44 \text{ servicios contratados}$$

Ie= ingreso de equilibrio

$$I_e = \text{Cantidad de equilibrio} \times \text{Precio Venta Unit} = 44 \times 200 = 8816.81 \text{ dólares}$$

Gráfico 28

Punto de equilibrio



Para poder obtener el cálculo del punto de equilibrio para la empresa RecibApp se toma en cuenta los costos fijos, costos variables y precio de venta unitario, de esta manera se obtendrá un estado neutro es decir que no hay pérdidas ni ganancias, siendo considerado el punto justo donde la empresa comienza cubrir sus costos; los resultados obtenidos son: 44 servicios vendidos a \$200 dólares c/u, total de ingresos \$8,816.81 dólares.

5.1.16. ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

Se implementa para determinar con precisión los beneficios o pérdidas dentro de un periodo de tiempo específico, convirtiéndose así en una herramienta de vital importancia en contabilidad financiera para la toma de decisiones y la identificación de las fallas operacionales que reducen el porcentaje de las utilidades (Herrera, noviembre 2021)

Tabla 56*Estados de Resultados*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	168,000.00	174,787.20	181,848.60	189,195.29	196,838.78
(-) COSTO DE VENTAS	15,406.00	15,714.12	16,028.40	16,348.97	16,675.95
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	152,594.00	159,073.08	165,820.20	172,846.32	180,162.83
(-) GASTOS OPERACIONALES	112,141.65	114,364.30	116,631.40	118,010.60	120,369.29
GASTOS ADMINISTRATIVOS	110,221.65	112,405.90	114,633.83	115,973.08	118,291.02
GASTOS DE VENTAS	1,920.00	1,958.40	1,997.57	2,037.52	2,078.27
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	40,452.35	44,708.78	49,188.80	54,835.72	59,793.53
(-) 15% Participación trabajadores	6,067.85	6,706.32	7,378.32	8,225.36	8,969.03
(=) UTILIDAD POST PARTICIPACION TRABAJADORES	34,384.50	38,002.47	41,810.48	46,610.36	50,824.50
(-) 25% Impuesto a la Renta	8,596.12	9,500.62	10,452.62	11,652.59	12,706.13
(=) UTILIDAD NETA	25,788.37	28,501.85	31,357.86	34,957.77	38,118.38

5.1.17. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1.18. Indicadores

Los indicadores financieros permiten obtener información clave para dirigir una empresa, evaluar su salud financiera, su capacidad de desarrollo y detectar a tiempo los problemas de financiamiento. (Herrera, noviembre 2021)

Los Indicadores Financieros:

- VAN= Valor actual neto
- TIR= Tasa interna de retorno
- PRI=Periodo de recuperación de la inversión
- R C/B= Relación costo Beneficio

5.1.19. Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. (Guzman, 2004)

Tabla 57

Indicadores

INDICADORES	
INFLACIÓN	0.20%
RIESGO SECTOR	13%
TMAR=	13.23%

Tabla 58

Cálculo del VAN

VAN=	31,796.34	+	26,797.61	+	29,511.09	+	32,367.10	+	35,033.77	+	38,194.38
			(1+0,1322)^1		(1+0,1322)^2		(1+0,1322)^3		(1+0.1322)^3		(1+0.1322)^4
VAN=	31,796.34		23667.37	+	23019.34	+	22297.97	+	21315.83	+	20524.31
VAN=	79,028.48										

5.1.20. Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno se expresa en porcentaje y debe compararse con la tasa de descuento (k), así se obtiene la rentabilidad neta del proyecto (TIR – k). En términos generales, puede entenderse como la tasa de interés máxima a la que es posible endeudarse para financiar el proyecto, sin que genere pérdidas. (Guzman, 2004)

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 59

Cálculo del TIR

FLUJO DE CAJA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO DE CAJA	-31,796.34	26,797.61	29,511.09	32,367.10	35,033.77	38,194.38
	INFLACIÓN	0.20%				
	RIESGO	13%				
	TMAR=	13.23%				
	VAN=	79028.48				
	TIR	88%				

Los resultados obtenidos de la TIR: El proyecto es viable financieramente puesto que la Tasa Interna de Retorno TIR es del 88%

5.1.21. Beneficio costo

El análisis coste/beneficio mide la relación entre el coste por unidad producida de un bien o servicio y el beneficio obtenido por su venta. Este concepto se desarrolla en el mundo empresarial y de los negocios, pero también con otro tipo de actividades como son las operaciones en Bolsa. (David, 2007)

Tabla 60

Relación Costo Beneficio

	1	2	3	4	5	
INGRESOS OPERACIONALES PROYECTADOS	168000.00	174787.20	181848.60	189195.29	196838.78	
	1.132	1.282	1.452	1.644	1.861	
	148375.81	174785.92	181847.15	189193.64	196836.92	891039.44
EGRESOS OPERACIONALES PROYECTADOS	127547.65	174787.20	181848.60	189195.29	196838.78	
	1.132	1.282	1.452	1.644	1.861	
	112648.73	136338.12	125277.04	115113.34	105774.22	595151.44
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	1.50					

En los datos calculados nos da una respuesta de relación Costo Beneficio que por cada dólar invertido tendremos de retorno un dólar cincuenta.

5.1.22. Periodo de recuperación

Tabla 61

Periodo de recuperación

Periodo de Recuperación	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Caja	-31,796.34	26,797.61	29,511.09	32,367.10	35,033.77	38,194.38
(1+i) n		1.132	1.282	1.452	1.644	1.861
F.C.N Actualizado	-31,796.34	28,082.19	20,902.77	20,330.44	19,693.33	18,825.91
F.C.N Acumulado	-31,796.34	-3,714.15	17,188.62	37,519.06	57,212.39	76,038.30

La inversión realizada para la empresa RecibApp, se recuperará en el primer semestre del segundo año de trabajo, datos que muestra la viabilidad y su sustentabilidad a futuro.

BIBLIOGRAFIA

- Alonso, C. (2020). Mapa de Procesos . *GlobalSuite*.
- Bomberos, C. d. (2021). *Permiso de Funcionamiento* . Obtenido de <https://www.gob.ec/index.php/gadgae/tramites/permiso-funcionamiento-cuerpo-bomberos-gobierno-autonomo-descentralizado>
- Chiabonato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano 3da ed.* México: Mc Graw Hill.
- (2005). *Código de trabajo*. Ecuador: Lexis.
- Constructores, A. (2000). Gestión de Calidad. *Desarrollo y Gestión*.
- D., G. R. (2000). Definición de mercado relevante y políticas de competencia. *THEMIS: Revista de Derecho*, 2.
- David, R. P. (2007). Contabilidad Administrativa. Octava Edición.
- Economía, E. (2017-2022). Matriz FODA. *Enciclopedia Economía*.
- Ecuador, B. C. (Diciembre 2020). *Medios de pagos electrónicos en pandemia*. Ecuador .
- Equipo editorial, E. (28 de julio de 2022). *Conceptos Economía y Finanzas* . Obtenido de <https://concepto.de/mano-de-obra/>.
- Estrella, J. (Septiembre de 2018). Calderón pasó de parroquia rural a fuerte polo de desarrollo urbano Calderón pasó de parroquia rural a fuerte polo de desarrollo urbano. *El comercio*, pág. 21.
- Galán, J. S. (2020). Demanda Potencial. *Economipedia* .
- Gobierno. (2021). *Portal Unico de Tramites Ciudadanos* . Obtenido de Constitución de Sociedades: <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>
- Guzman, J. (2004). Estudio Financiero en un Plan de Negocios. *ACADEMIA*.
- Helmut, C. (2020). Capacidad de Producción . *Lifeder*.
- Herrera, Y. (noviembre 2021). Contabilidad Financiera Tributaria. *blog,nubox*.
- Internas, S. d. (2021). *RUC*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/ruc>
- Latorre Jimenez Fernando, P. E. (2005). Dificultades para la definición del mercado relevante. *E. C.* , 8-10.
- Ludeña, J. A. (2021). Macroambiente de una Empresa . *Economipedia*.
- Ministerio de trabajo. (2020). *Seguridad y Salud en el Trabaj*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/#>
- Municipio. (s.f.). *Patente* . Obtenido de https://www.gob.ec/tramites/buscar?search_api_fulltext=patente

- OBS, B. S. (21 de abril de 2015). *Planeta Formación y Universidades*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/calculo-de-costes-de-un-proyecto#>
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. Mexico.
- Quito, M. d. (03 de 2022). *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#:~:text=Es%20el%20permiso%20de%20funcionamiento,comprobar%20la%20veracidad%20del%20documento.>
- Ramoneda, A. S. (1993). Economía, Organización y Gestión de la Empresa. *Revista de Economía Aplicada*, 207.
- SENADI. (2021). *Derechos Intelectuales*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- SENADI. (s.f.). *Registro de Marca*.
- Thompson, I. (2005). La Sementación del Mercado. *promonegocios*, 2-3.
- Westreicher, G. (2020). Calculó de Ingresos. *Economipedia.com*.