



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SISTEMA DIGITAL DE
BÚSQUEDA Y CONTRATACIÓN DE MANO DE OBRA PARA EL SECTOR DE
LA CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”**

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

Autor(a)

David Paredes Segura

Tutor(a)

Ing. Ivanna Sánchez

QUITO – ECUADOR

2022

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

Yo, Víctor David Paredes Segura. declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SISTEMA DIGITAL DE BÚSQUEDA Y CONTRATACIÓN DE MANO DE OBRA PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”**, como Requisito para optar al grado de Licenciatura 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 17 días del mes de agosto de 2022, firmo conforme:

Autor: Víctor David Paredes Segura

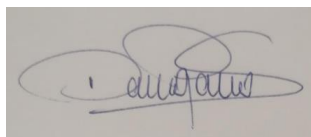
Firma:

Número de Cédula: 1804629887

Dirección: Pichincha, Quito, La pradera.

Correo Electrónico:david.sb1.fono@gmail.com

Teléfono: 0958922528



APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SISTEMA DIGITAL DE BÚSQUEDA Y CONTRATACIÓN DE MANO DE OBRA PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO” presentado por Víctor David Paredes Segura para optar por el Título de Licenciatura 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, 17 de agosto del 2022



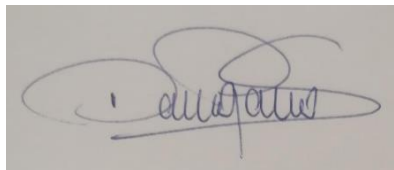
Firmado electrónicamente por:
**IVANNA KARINA
SANCHEZ MONTERO**

.....
Ing. Ivanna Sánchez

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

Quito, 17 de agosto 2022

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is stylized and appears to read 'V. Paredes Segura'.

.....
Víctor David Paredes Segura
CC. 1804629887

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SISTEMA DIGITAL DE BÚSQUEDA Y CONTRATACIÓN DE MANO DE OBRA PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO, previo a la obtención del Título de Licenciatura 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, 17 de agosto de 2022



Firmado electrónicamente por:
**MERCEDES FABIOLA
GALARRAGA CARVAJAL**

.....
Econ. Mercedes Galarraga C. MBA
Lector 1



Firmado electrónicamente por:
**ANDRES
ALEJANDRO
PALACIO FIERRO**

.....
Ing. Andrés Palacio, MBA
Lector 2

DEDICATORIA

El presente está dedicado a mi familia en especial a mis sobrinos que son el motor de mi vida y de mis decisiones y aprendizajes que he tenido en todos estos años, a mi familia que he elegido, además de todas las personas que me han influenciado en mi vida en cierto punto; es importante nombrar como una dedicatoria especial, a mi hermano y toda su familia, por el apoyo, cariño y animo que me han brindado. Así como también, agradezco a mis llamados por cariño mis profes, por su tiempo, paciencia y sus conocimientos

AGRADECIMIENTO

Agradezco en gran parte a mis padres por el apoyo y animo que me han brindado en este camino que he realizado, agradezco también a mi hermano mayor por su apoyo y empuje en varios aspectos de mi vida; un agradecimiento especial a mitutora por su ayuda y paciencia.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
CAPÍTULO I.....	21
1. ÁREA DE MARKETING	21
1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO.....	21
1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	21
1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO	22
1.4. DEFINICIÓN DEL MERCADO	40
1.5. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE.....	42
1.6. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	50
1.7. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR.....	52
1.8. SEGMENTOS DE CLIENTES	52
1.9. MERCADOS ALTERNATIVOS.....	52
CAPITULO II	52
2.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES).....	52
2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	53
2.3. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	61
2.4. Definición de Recursos Necesarios para la Producción	62
2.5. Calidad	63
2.6. Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio.....	63
3.1. Objetivo del capítulo	64
3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos	64
3.3. Organización funcional de la empresa	70
3.4. Control de gestión.....	76
4.1. Objetivo del capítulo	80
4.2. Determinación de la forma jurídica	80
4.3. Registros de marcas	82
4.4. Búsqueda Fonética.....	83
4.5. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales	84
5.1. Objetivos del capítulo.....	86

5.2.	Plan de inversiones	86
5.3.	Cálculo de Costos y Gastos.....	89

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla1.</i>	Características del servicio	21
<i>Tabla2.</i>	Categorización de sujetos.....	23
<i>Tabla3.</i>	Dimensión Conductual	23
<i>Tabla4.</i>	Dimensión Geográfica	24
<i>Tabla5.</i>	Equivalencia de datos	24
<i>Tabla6.</i>	Seleccione el rango de su edad	29
<i>Tabla7.</i>	Desde el inicio de la pandemia, o durante el año pasado y lo que ha transcurrido de este, ¿ha tenido la necesidad de contratar de los siguientes servicios? 30	
<i>Tabla8.</i>	¿Cómo encuentra a personas que brinden estos servicios?.....	31
<i>Tabla9.</i>	¿En base a su respuesta a la pregunta anterior, ¿su proveedor de servicios de mantenimiento y reparación domestica le emite una factura o nota de venta por su servicio?.....	32
<i>Tabla10.</i>	¿Contrataría estos servicios por medio de una aplicación web?.....	35
<i>Tabla11.</i>	Por cuales de los siguientes motivos, ¿usted estaría dispuesto a contratar este tipo de servicios cambiando su método tradicional a una aplicación web? (alija 3 opciones).....	36
<i>Tabla12.</i>	En base a sus motivos señalados en la pregunta anterior, ¿usted estaría dispuesto a asumir una cantidad extra de dinero por tener un servicio que cumpla sus exigencias, elija un rango de porcentaje extra?.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Tabla13.</i>	¿A través de que método de comunicación le gustaría recibir más acerca de esta aplicación?	¡Error! Marcador no definido.
<i>Tabla14.</i>	¿Recomendaría la aplicación a sus familiares y amigos?	39
<i>Tabla15.</i>	Cálculo demanda potencial - IÑAQUITO	41
<i>Tabla16.</i>	Análisis competidores.....	48
<i>Tabla17.</i>	Oferta proyectada.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Tabla18.</i>	Demanda Insatisfecha	¡Error! Marcador no definido.
<i>Tabla19.</i>	Descripción de equipos de oficina	58
<i>Tabla20.</i>	Descripción de muebles y enseres	58
<i>Tabla21.</i>	Descripción del personal mantenimiento.....	59

Tabla22.	Descripción del personal mantenimiento.....	60
Tabla23.	Producción diaria, semana, mensual y anual	61
Tabla24.	Proyección de producción a cinco años	62
Tabla25.	CHECK LIST	63
Tabla26.	ANÁLISIS FODA	66
Tabla27.	MATRIZ MEFI.....	67
Tabla28.	MATRIZ MEFE	68
Tabla29.	MATRIZ DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	69
Tabla30.	Descripción de Puesto Gerente General	71
Tabla31.	Descripción de Puesto Responsable Administrativo Financiero	72
Tabla32.	Descripción de Puesto Coordinador de operaciones.....	73
Tabla33.	Descripción de Puesto Ejecutivo de cuenta	74
Tabla34.	Descripción de Handyman.....	75
Tabla35.	Descripción de Indicadores de gestión	76
Tabla36.	Descripción de Necesidades	79
Tabla37.	Requisitos para constitución de una sociedad anónima simplificada ..	80
Tabla38.	Pasos para constituir una sociedad anónima simplificada	81
Tabla39.	Proceso para Registro de Marca Comercial.....	83
Tabla40.	Registro de Actividades Económicas y Tributarias	84
Tabla41.	Requisitos RUC	85
Tabla42.	Pasos para Obtener el RUC	85
Tabla43.	Pasos para Obtener la LUAE en línea	86
Tabla44.	Plan de inversiones	87
Tabla45.	Capital de trabajo	88
Tabla46.	Rol de pagos – funcionarios	89
Tabla47.	Tabla de porcentajes de depreciación.	90
Tabla48.	Depreciación y proyección a 5 años	91
Tabla49.	Detalle de costos	92
Tabla50.	Proyección de costos a 5 años.....	93
Tabla51.	Detalle de gastos	94
Tabla52.	Proyección de gastos a 5 años.....	96
Tabla53.	Plan de financiamiento.....	97

Tabla54.	Estructura del Financiamiento	97
Tabla55.	Detalle de Ingresos y proyección a cinco años	98
Tabla56.	Flujo de caja.....	99
Tabla57.	Estado de resultados.....	102
<i>Tabla58.</i>	<i>Periodo de Recuperación</i>	<i>104</i>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Ilustración 1.</i>	Seleccione el rango de su edad	29
<i>Ilustración 2.</i>	¿Desde el inicio de la pandemia, o durante el año pasado y lo que ha transcurrido de este, ha tenido la necesidad de contratar de los siguientes servicios? 30	
<i>Ilustración 3.</i>	¿Cómo encuentra a personas que brinden estos servicios?	32
<i>Ilustración 4.</i>	¿En base a su respuesta a la pregunta anterior, ¿su proveedor de servicios de mantenimiento y reparación domestica le emite una factura o nota de venta por su servicio?.....	33
<i>Ilustración 5.</i>	¿Con qué frecuencia necesita de algún servicio de mantenimiento doméstico? 34	
<i>Ilustración 6.</i>	¿Contrataría estos servicios por medio de una aplicación web? ..	35
<i>Ilustración 7.</i>	¿Por cuales, de los siguientes motivos, Usted estaría dispuesto a contratar este tipo de servicios cambiando su método tradicional a una aplicación web? 36	
<i>Ilustración 8.</i>	En base a sus motivos señalados en la pregunta anterior, ¿usted estaría dispuesto a asumir una cantidad extra de dinero por tener un servicio que cumpla sus exigencias, elija un rango de porcentaje extra?	38
<i>Ilustración 9.</i>	¿A través de que método de comunicación le gustaría recibir más acerca de esta aplicación?	39
<i>Ilustración 10.</i>	¿Recomendaría la aplicación a sus familiares y amigos?	40
<i>Ilustración 11.</i>	Demanda potencial	42
<i>Ilustración 12.</i>	Análisis PESTEL	45
<i>Ilustración 13.</i>	Proyección de oferta y utilización de bienes y servicios 2022 .	46
<i>Ilustración 14.</i>	Creación de dominio web.	51
<i>Ilustración 15.</i>	Logotipo.....	51
<i>Ilustración 16.</i>	Mapa de procesos.....	54
<i>Ilustración 17.</i>	Flujograma servicio de reparación.....	55
<i>Ilustración 18.</i>	Flujograma servicio de mantenimiento.....	56
<i>Ilustración 19.</i>	Distribución de instalaciones	57
<i>Ilustración 20.</i>	Organigrama estructural	70
<i>Ilustración 21.</i>	Organigrama estructural	70

Ilustración 22.	Punto de equilibrio.....	101
Ilustración 23.	Costo total, fijo y variable: ingreso por ventas	102

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

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SISTEMA DIGITAL DE BÚSQUEDA Y CONTRATACIÓN DE MANO DE OBRA PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”

AUTOR: Víctor David Paredes Segura

TUTOR: Ing. Ivanna Sánchez

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio muestra la oportunidad que existe sobre una necesidad de proponer soluciones a problemas domésticos desatendidos: de diseño, mantenimiento y reparación de viviendas; abarcando el campo de la construcción y sus derivaciones como: sistemas eléctricos, de plomería, de cerrajería, de limpieza e implementación de ideas de decoración de interiores.

Este proyecto surge luego de observar la informalidad que tienen este tipo de oficios y todo lo que su contratación conlleva, en su generalidad estos servicios se los consigue a través de referidos o anuncios de información en varios periódicos digitales y físicos, así como también en redes sociales, grupos de WhatsApp y Telegrama.

Partiendo de este antecedente, la investigación de mercado fue realizada en la parte norte de Quito y Valles específicamente en el sector La Pradera, parroquia Ñaquito.

Mediante la creación de una aplicación para celular, se busca formar parte de las principales opciones de las personas para reparaciones domésticas dejando la informalidad en el pasado.

DESCRIPTORES: (mantenimiento, bricolaje, reparaciones in-situ, decoración de interiores)

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

THEME: “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A DIGITAL
LABOR SEARCH AND HIRING SYSTEM FOR THE CONSTRUCTION
SECTOR IN THE CITY OF QUITO.”

AUTHOR: Víctor David Paredes Segura

TUTOR: Ing. Ivanna Sanchez

ABSTRACT

The following business plan demonstrates the opportunity that exists around the necessity of proposing solutions to unattended domestic problems which include design, maintenance and repair work in households. The plan includes areas such as electrical and plumbing installations, cleaning and interior design.

This project is conceived from the observation of the informality which characterizes these kinds of professions, as well as all aspects related to the hiring of such services. Generally, these services are contracted through referrals or ads found in printed media, social and digital media and groups in applications such as WhatsApp and Telegram.

Considering the preceding information, the market analysis was conducted in the northern region of Quito and surrounding Valleys, focusing specifically in La Pradera neighborhood, in Iñaquito.

The main objective is to create a mobile phone platform, which becomes the main source for contracting household services, leaving the present informality in the past..

DESCRIPTORS: (maintenance, DIY, on-site repairs, interior decoration).

INTRODUCCIÓN

Se propone un plan de negocios para la creación de una aplicación web de búsqueda y contratación de personal de construcción y sus derivados, que brinden soluciones a necesidades y problemas domésticos en la ciudad de Quito, específicamente en el sector la Pradera.

Gracias a la pandemia y el impacto que tuvo en Ecuador y el mundo, el comercio digital aumento considerablemente, en el año 2020 el país sufrió un cambio radical en su comportamiento en cuanto a contratación y compra de productos y servicios, por primera vez en la historia 1 de cada 3 compradores realizaron sus compras a través de canales on line (EKOS, 2021)

El análisis realizado mediante el método de la encuesta, reflejo que gran parte de la ciudadanía está de acuerdo en que usar una aplicación móvil, presenta un nivel de seguridad más alto que una contratación informal de cualquier servicio, siendo un entorno más dinámico y especializado para el usuario, tomando en cuenta que la población es cada vez más experta tecnológicamente, la región es un mercado de alto valor y crecimiento para el comercio electrónico, con un incremento del 5% al 10% desde el año 2020. (EKOS, 2022)

CAPÍTULO 1, Área de Marketing: El mercado objetivo de este plan de negocios, fue delimitado por un estudio de mercado, analizando las necesidades que actualmente presenta la modernidad dentro de la ciudad; la factibilidad del plan de negocios se estableció mediante el análisis de la demanda y oferta, resultando el alcance del servicio, puntos clave para la popularización del plan de negocios, así como nociones en precio.

CAPÍTULO 2, Área de Producción (Servicio): Se explica el plan de negocios, su alcance y propuesta de valor, además de la presentación de un demo de la aplicación como demostración de un boceto del proyecto.

CAPÍTULO 3, Área de Organización y Gestión: Se define la estructura administrativa de la empresa, como son los objetivos, visión, misión, objetivos y estrategias de la empresa, el análisis FODA, de igual forma la organización funcional de la empresa con sus descripciones de puestos

CAPÍTULO 4, Área Jurídico Legal: Determinación de obligaciones y derechos legales de la empresa.

CAPÍTULO 5, Área Financiera: Elaboración de un plan financiero, cálculo de costos al de operación, cálculo de costos, punto de equilibrio, y resultado de pérdidas y ganancias.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Revisar la factibilidad de una empresa digital dedicada a la búsqueda y contratación de mano de obra enfocada en la reparación y mantenimiento doméstico en la ciudad de Quito, sector Iñaquito

Objetivos Específicos

Revisión de la factibilidad de una empresa digital dedicada a la búsqueda y contratación de mano de obra enfocada en la reparación y mantenimiento de inconvenientes domésticos en la ciudad de Quito, sector Iñaquito.

1. Analizar el mercado objetivo al cual se va comercializar el servicio de la aplicación.
2. Identificar las necesidades organizacionales que presenta la operación.
3. Profesionalizar a los oficios con menos formalidad de contratación en el país.
4. Demostrar la viabilidad económica del plan de negocios.

CAPÍTULO I

1. ÁREA DE MARKETING

1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO

Implementar un estudio de mercado que permita definir la aceptación de la búsqueda y contratación digital de servicios de construcción y sus derivaciones a nivel doméstico.

1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.2.1. Especificación del Servicio

Tabla1. Características del servicio

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	
CARACTERÍSTICAS	BENEFICIOS
Estudiar las necesidades domesticas en cuanto a construcción, mantenimiento y diseño se refiere.	Cubrir dichas necesidades e incentivar a un aumento de deseos en los consumidores.
Niveles de calidad en el tipo de trabajo a realizar	Brindar un servicio de calidad y seguro
Contratación efectiva e inmediata.	Digitalizar los pedidos remotamente.
Proyectos con avances visibles para los clientes.	Servicio personalizado

Fuente: *Investigación Personal*

Elaborado por: *El Autor*

El servicio que brinda la empresa es la contratación de mano de obra de la construcción y sus derivaciones a nivel doméstico en la ciudad de Quito, sector Ñaquito; mediante una aplicación web interactiva, segura y confiable.

1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

Los servicios de reparación y mantenimiento domestico ofrecidos en el país, son brindados de manera informal, carecen de seguridad y garantía de un trabajo final y no fomenta el profesionalismo de los oficios que intervienen, nuestro proyecto busca brindar un espacio virtual en donde los consumidores podrían realizar contrataciones de estos servicios de forma virtual y rápida, mediante una aplicación web las personas podrán satisfacer sus necesidades con la certeza de un trabajo de calidad, el objetivo también es profesionalizar a los trabajadores del sector, incentivándolos a que su trabajo u oficio debe cumplir con los estándares necesarios para una próxima contratación.

1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO

Un mercado no es un todo homogéneo. Está compuesto por cientos, miles e Incluso millones de individuos, empresas u organizaciones que son diferentes los unos de los otros en función de su ubicación, nivel socioeconómico, cultura, preferencias de compra, estilo, personalidad, capacidad de compra, etc. (Thompson, La Segmentación del Mercado, 2005)

1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.

Tomando en cuenta las necesidades y deseos que cubriremos con la aplicación, el enfoque del análisis es en la población económicamente activa, que poseen recursos para adquirir productos o servicios, siempre en búsqueda de nuevas alternativas modernas, seguras y efectivas de la parroquia de Ñaquito en la zona norte de la ciudad de Quito; el público objetivo son personas naturales en un rango de edad de 18 a 65 años de edad que tengan acceso a un pago en efectivo o con tarjeta de crédito.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

Los consumidores del servicio ofertado por la aplicación web, potencialmente serán personas de 18 a 65 años que presentarán la necesidad insatisfecha de un servicio de mantenimiento y reparación

Tabla2. Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Las personas naturales
¿Quién usa?	Personas naturales y familias habitantes del sector definido
¿Quién decide?	Figura autosuficiente económicamente de cada hogar
¿Qué influye?	Cultura, tendencias, innovación.

Fuente: *La investigación*

Elaborado por: *El autor*

1.3.1.2. Estudio de Segmentación

La segmentación investiga el mercado con objeto de encontrar la existencia de conjuntos de consumidores homogéneos y facilita el desarrollo de las actividades de marketing. En la segmentación del mercado incide más de un criterio y los consumidores responden a un perfil que aglutina una serie de características por lo que un segmento estará definido por más de una característica. (Lazzari, 2012)

Tabla3. Dimensión Conductual

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

Fuente: *La investigación*

Elaborado por: *El autor*

Tabla4. Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	No. HABITANTES 2022
País	Ecuador	17,980,989
Provincia	Pichincha	3,228,233
Ciudad	Quito	2,781,641
Parroquia	Iñaquito	42,492

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

En la tabla No. 4 se muestra la dimensión geográfica en donde se ejecutará el plan de negocio, específicamente en la parroquia Iñaquito con datos oficiales extraídos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y el Municipio de Quito, al año 2022.

1.3.1.3. Plan de muestreo

Se tomará como muestra al número de habitantes de la parroquia de Iñaquito al norte de la ciudad de Quito, que según el Municipio de Quito son 42,492 habitantes.

Tabla5. 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	42,492
e=	Error de la muestra 5 %	5 %

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

Para obtener la muestra se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_2 * P * Q * Nn}{Z_2 * P * Q + Ne_2}$$

Desarrollo:

$$\frac{(1.96)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 42.492}{(1.96)^2 \times 0,5 \times 0,5 + ((42,492) (0.05)^2)}$$

$$\frac{3.841 \times 0.5 \times 0.5 \times 42.492}{3.841 \times 0.5 \times 0.5 + 106.23}$$

n= 381 personas

1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información

La entrevista es una técnica de investigación muy utilizada en la mayoría de las disciplinas empíricas. Apelando a un rasgo propio de la condición humana - nuestra capacidad comunicacional- esta técnica permite que las personas puedan hablar de sus experiencias, sensaciones, ideas, etc. (Yuni & Urbano, 2014)

1.3.1.5. Diseño y recolección de información

En el campo de la investigación la encuesta lude a un procedimiento mediante el cual los sujetos brindan directamente información al investigador. En ese sentido puede incluirse la encuesta dentro de las técnicas llamadas de reporte personal, ya que son las personas las que aportan la información. (Yuni & Urbano, 2014)

**ENCUESTA PARA PARA LA CREACIÓN DE UN SISTEMA DIGITAL
DE BÚSQUEDA Y CONTRATACIÓN DE MANO DE OBRA PARA EL
SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN LA ZONA NORTE DE LA
CIUDAD DE QUITO**

Objetivo:

El objetivo de la presente encuesta, es conocer la aceptación que tendrá la aplicación Ey!Home y su factibilidad.

1.- Seleccione el rango de su edad:

- 18 – 30
- 31– 50
- 51– 65
- 66 – en adelante

2.- ¿Desde el inicio de la pandemia, o durante el año pasado y lo que ha transcurrido de este, ha tenido la necesidad de contratar de los siguientes servicios?

- Cerrajería
- Plomería
- Reparación (paredes, techos, pisos)
- Pintura
- Carpintería
- Electrónica – sistemas eléctricos
- Diseño y decoración
- Otros

3.- ¿Cómo encuentra a personas que brinden estos servicios?:

- Recomendación

- Avisos en lugares públicos
- Redes sociales
- Otros

4.- ¿En base a su respuesta a la pregunta anterior, ¿su proveedor de servicios de mantenimiento y reparación domestica le emite una factura o nota de venta por su servicio?:

- Si
- No

5.- ¿Con qué frecuencia necesita de algún servicio de mantenimiento doméstico?:

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

6.- ¿Contrataría estos servicios por medio de una aplicación web?

- Si
- No

7.- ¿Por cuáles de los siguientes motivos, usted estaría dispuesto a contratar este tipo de servicios cambiando su método tradicional a una aplicación web?

- Seguridad ante la delincuencia, Confianza, Garantía
- Calidad, Innovación, Rapidez
- Profesionalismo, Personalización de servicio, Recomendación

8.- En base a sus motivos señalados en la pregunta anterior, ¿Usted estaría dispuesto a asumir una cantidad extra de dinero por tener un servicio que cumpla sus exigencias, elija un rango de porcentaje extra?

- 10% - 20%
- 20% - 30%
- 30% - 40%
- 50% - 60%

9.- ¿A través de que método de comunicación le gustaría recibir más acerca de esta aplicación?

- Redes Sociales
- Periódicos
- Televisión y radio
- Avisos en lugares públicos

10.- ¿Recomendaría la aplicación a sus familiares y amigos?

- Si
- No

1.3.1.6. Análisis e Interpretación

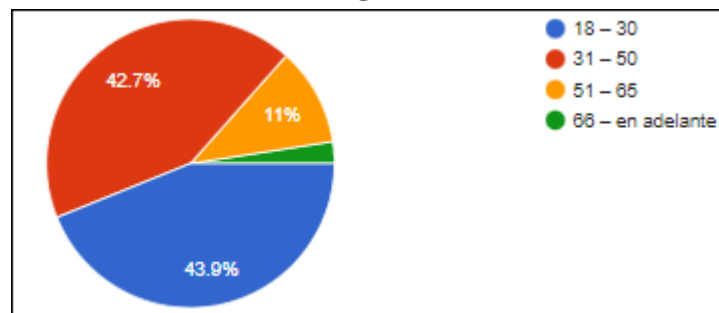
Tabla6. Seleccione el rango de su edad

Opciones	Frecuencia	%
18-30	167	44%
31-50	162	43%
51- 65	42	11%
66 – en adelante	9	2%
Total	380	100%

Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Ilustración 1. Seleccione el rango de su edad



Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Análisis e interpretación. –

De las 381 personas encuestadas, tenemos un resultado del 43.9 % en un rango de edad de 18 – 30 años, un 42.7 % con un rango de edad de 31– 50 años, un 11 % con un rango de 51– 65 años y 0 % de personas de 66 años en adelante.

Podemos notar que las edades de nuestro público objetivo oscilan entre los 18 a 50 años de edad, con un gran porcentaje de aceptación y personas de más de 51 años de edad con un porcentaje menor.

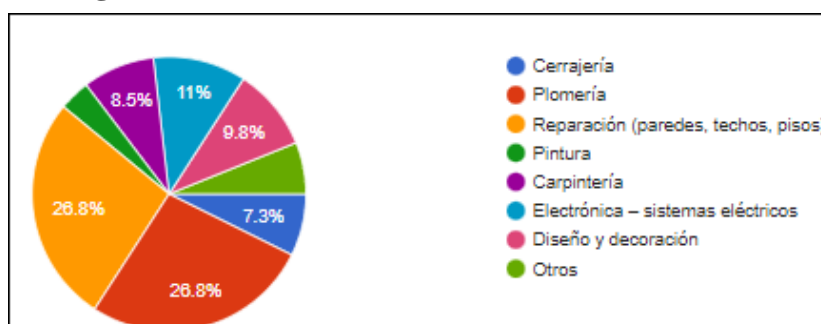
Tabla7. Desde el inicio de la pandemia, o durante el año pasado y lo que ha transcurrido de este, ¿ha tenido la necesidad de contratar de los siguientes servicios?

Opciones	Frecuencia	%
Cerrajería	28	7%
Plomería	102	27%
Reparación (paredes, techos, pisos)	102	27%
Pintura	27	7%
Carpintería	32	9%
Electrónica – sistemas eléctricos	42	11%
Diseño y decoración	37	10%
Otros	11	3%
Total	380	100%

Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Ilustración 2. ¿Desde el inicio de la pandemia, o durante el año pasado y lo que ha transcurrido de este, ha tenido la necesidad de contratar de los siguientes servicios?



Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Análisis e interpretación. –

Del grupo de 381 personas encuestadas, para conocer los servicios más demandados; tenemos como resultado un porcentaje de 7.3 % para cerrajería, el 28.6 % para plomería, el 28.6 para reparaciones de paredes techos y/o pisos, el 8.5 % de carpintería, 7.3 % de trabajos eléctricos y un 9.8 % de diseño y decoración, los demás servicios como pintura con el 7% y otros servicios con un porcentaje del 3 %.

Gracias a este estudio los servicios a los que Ey!Home pondrá énfasis en su comercialización serian cerrajería, plomería, reparaciones, diseño y decoración y por ultimo servicios eléctricos.

Tabla N.-7 ¿Cómo encuentra a personas que brinden estos servicios?:

Opciones	Frecuencia	%
Recomendación	274	72%
Avisos en lugares públicos	18	5%
Redes sociales	88	23%
Otros	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

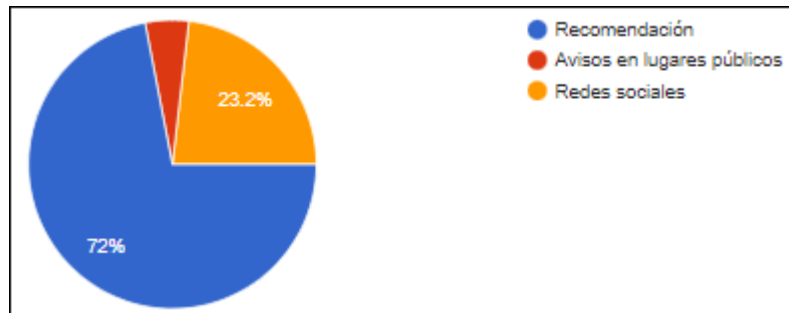
Tabla8. ¿Cómo encuentra a personas que brinden estos servicios?:

Opciones	Frecuencia	%
Recomendación	274	72%
Avisos en lugares públicos	18	5%
Redes sociales	88	23%
Otros	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Ilustración 3. ¿Cómo encuentra a personas que brinden estos servicios?:



Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *El autor*

Análisis e interpretación. –

Del grupo de 381 personas encuestadas, el 72 % encuentra este tipo de servicios por recomendación de personas, y un 23.2 % de personas lo encuentran en redes sociales y un 5 % en avisos en lugares públicos.

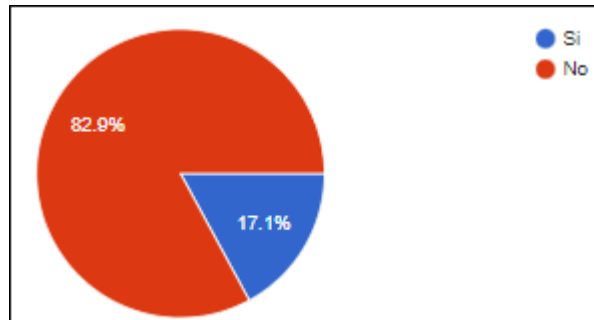
Según este alto porcentaje el tipo de oficio de mantenimiento domestico es informal así como su contratación, teniendo la oportunidad de generar valor profesionalizando los diferentes servicios que Ey!Home proporcionará.

Tabla9. ¿En base a su respuesta a la pregunta anterior, ¿su proveedor de servicios de mantenimiento y reparación domestica le emite una factura o nota de venta por su servicio?:

Opciones	Frecuencia	%
Si	65	17%
No	315	83%
Total	380	100%

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: El autor

Ilustración 4. ¿En base a su respuesta a la pregunta anterior, ¿su proveedor de servicios de mantenimiento y reparación doméstica le emite una factura o nota de venta por su servicio?



Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *El autor*

Análisis e interpretación. –

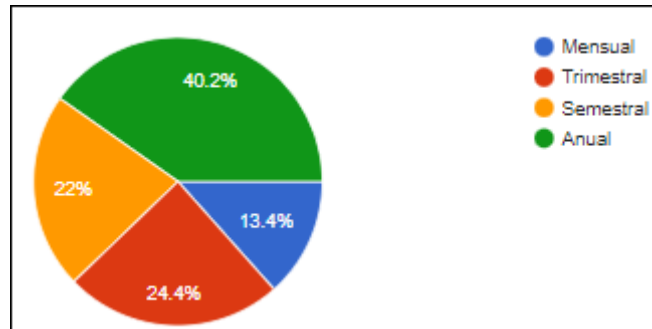
Del grupo de personas encuestadas que fueron 381, únicamente el 17.1% recibe factura cuando contrata algún tipo de servicio, mientras que la gran mayoría, es decir el 82.9 % no recibe factura.

Tabla N.-9 ¿Con qué frecuencia necesita de algún servicio de mantenimiento doméstico?:

Opciones	Frecuencia	%
Mensual	51	13%
Trimestral	93	24%
Semestral	84	22%
Anual	153	40%
Total	380	100%

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *El autor*

Ilustración 5. ¿Con qué frecuencia necesita de algún servicio de mantenimiento doméstico?



Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Análisis e interpretación. –

Del grupo de 381 personas encuestadas, el requerimiento de servicios de mantenimiento domestico mensual es del 13.4 %, trimestral del 24.4 %, semestral del 22 % y anual del 40.2 %

Podemos analizar que gran parte de la gente solicita una vez al año algún servicio de mantenimiento doméstico, por lo que el objetivo será abarcar más mercado que él se está atacando.

Tabla N.-10 *¿Contrataría estos servicios por medio de una aplicación web?:*

Opciones	Frecuencia	%
Si	338	89%
No	42	11%
Total	380	100%

Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

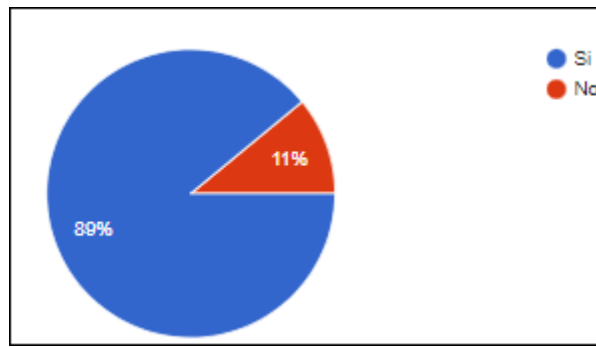
Tabla10. ¿Contrataría estos servicios por medio de una aplicación web?:

Opciones	Frecuencia	%
Si	338	89%
No	42	11%
Total	380	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Ilustración 6. ¿Contrataría estos servicios por medio de una aplicación web?



Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Análisis e interpretación. –

Existe un gran porcentaje del 89 % de personas que si contratarían este tipo de servicios de mantenimiento domestico a través de una aplicación digital y un 11 % con respuesta negativa.

Tabla N.-11 Por cuales de los siguientes motivos, ¿usted estaría dispuesto a contratar este tipo de servicios cambiando su método tradicional a una aplicación web? (alija 3 opciones):

Opciones	Frecuencia	%
Seguridad ante la delincuencia, Confianza, Garantía	270	71%
Calidad, Innovación, Rapidez	49	13%
Profesionalismo, Personalización de servicio, Recomendación	61	16%
Total	380	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

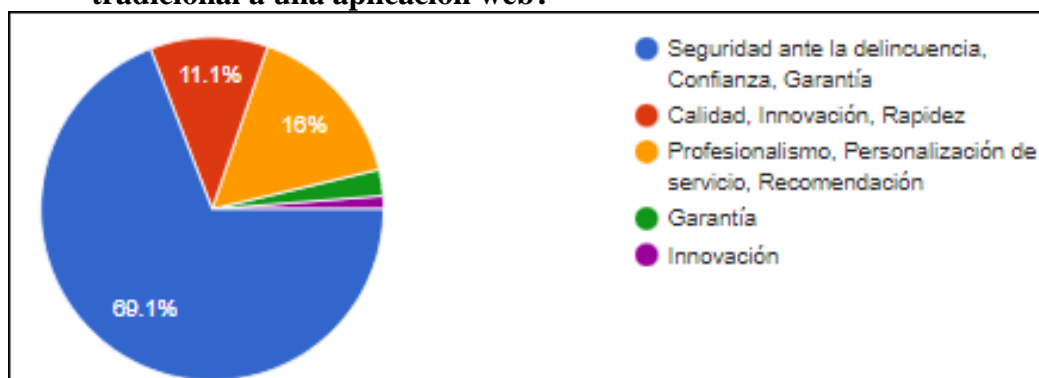
Tabla 11. Por cuales de los siguientes motivos, ¿usted estaría dispuesto a contratar este tipo de servicios cambiando su método tradicional a una aplicación web? (alija 3 opciones):

Opciones	Frecuencia	%
Seguridad ante la delincuencia, Confianza, Garantía	270	71%
Calidad, Innovación, Rapidez	49	13%
Profesionalismo, Personalización de servicio, Recomendación	61	16%
Total	380	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Ilustración 7. ¿Por cuales, de los siguientes motivos, Usted estaría dispuesto a contratar este tipo de servicios cambiando su método tradicional a una aplicación web?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación. –

Los tres motivos más elegidos por el grupo de 381 personas, fue seguridad ante la delincuencia, confianza y garantía con un porcentaje de 69.1 %, calidad, innovación y rapidez con un porcentaje del 11.1 % y por último el profesionalismo, personalización de servicio y recomendación con un 16 %.

Con este análisis podemos notar que la gran mayoría de las personas actualmente toman muy en cuenta la seguridad ante la delincuencia como prioridad para adquirir un servicio o producto.

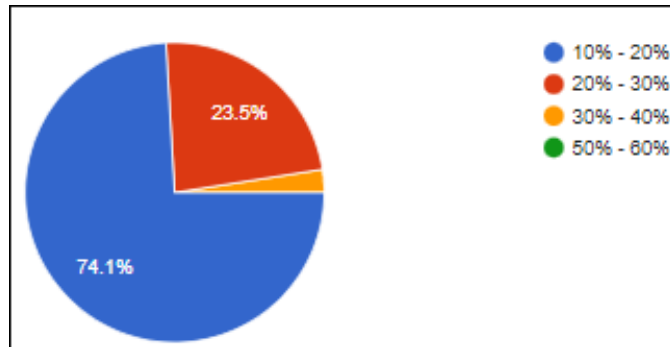
Tabla12. Tabla N.-12 En base a sus motivos señalados en la pregunta anterior, ¿usted estaría dispuesto a asumir una cantidad extra de dinero por tener un servicio que cumpla sus exigencias, elija un rango de porcentaje *extra*?:

Opciones	Frecuencia	%
10% - 20%	282	74%
20% - 30%	89	24%
30% - 40%	9	2%
50% - 60%	0	0%
Total	380	100%

Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Ilustración 8. En base a sus motivos señalados en la pregunta anterior, ¿usted estaría dispuesto a asumir una cantidad extra de dinero por tener un servicio que cumpla sus exigencias, elija un rango de porcentaje extra?



Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Análisis e interpretación. –

Tomando en cuenta los motivos por el cual las personas cambiarían su modalidad de este tipo de contrataciones, del grupo de 381 personas, el 74.1 considera el aumento del 10 % al 20 % adicional a un precio normal de los servicios de mantenimiento doméstico, un 23.5 % considera un aumento del 20 % al 30 % y un 2 % con un aumento del 30 % al 40 %; ningún encuestado respondió con un aumento del 50 % al 60 %.

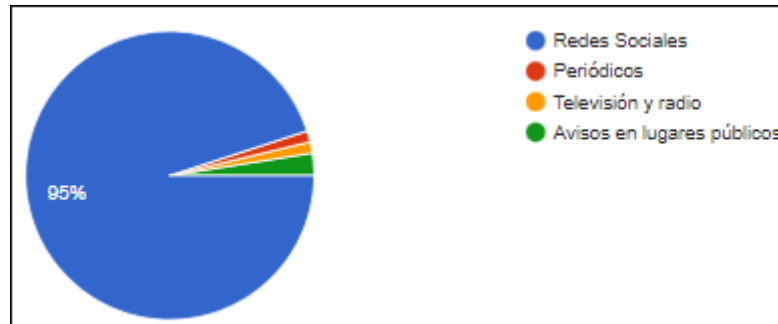
Tabla13. Tabla N.-13 ¿A través de que método de comunicación le gustaría recibir más acerca de esta aplicación?

Opciones	Frecuencia	%
Redes Sociales	361	95%
Periódicos	4	1%
Televisión y radio	0	0%
Avisos en lugares públicos	15	4%
Total	380	100%

Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Ilustración 9. ¿A través de que método de comunicación le gustaría recibir más acerca de esta aplicación?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación. –

Del grupo de 381 encuestados, un 95% está de acuerdo con el envío de publicidad a través de redes sociales, el 4% mediante avisos en lugares públicos y el 1% en anuncios en periódicos.

Tabla N.-14 - ¿Recomendaría la aplicación a sus familiares y amigos?

Opciones	Frecuencia	%
Si	380	100%
No	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

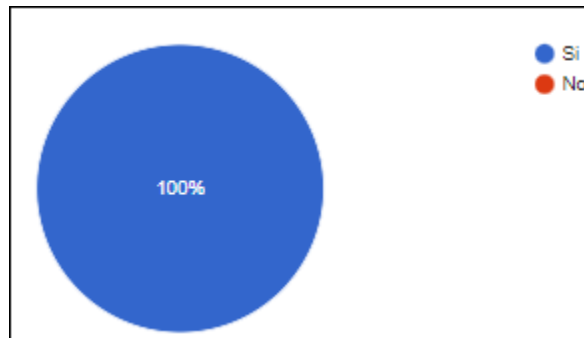
Tabla14. ¿Recomendaría la aplicación a sus familiares y amigos?

Opciones	Frecuencia	%
Si	380	100%
No	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Ilustración 10. ¿Recomendaría la aplicación a sus familiares y amigos?



Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Análisis e interpretación. –

Del grupo de 381 encuestados, la totalidad recomendaría el uso de una aplicación web a sus familiares y amigos.

1.4. DEFINICIÓN DEL MERCADO

1.4.1. Demanda potencial

La determinación de una demanda potencial se realizará con el porcentaje de aceptación del 89% de las personas encuestadas en la parroquia de Ñaquito, por tanto, se consideran a las 38991.79 personas para el análisis con una proyección a cinco años futuros, basado el porcentaje de crecimiento poblacional del 1.54% según datos del INEC.⁷

Tabla N.- 15 Cálculo demanda potencial - IÑAQUITO

	X	Y	XY	X₂
2022	1	43811	43811	1
2023	2	44486	88971	4
2024	3	45171	135512	9
2025	4	45866	183466	16
2026	5	46573	232864	25
	15	225907	684624	55

Fuente: INEC - TCP

Elaborado por: El autor

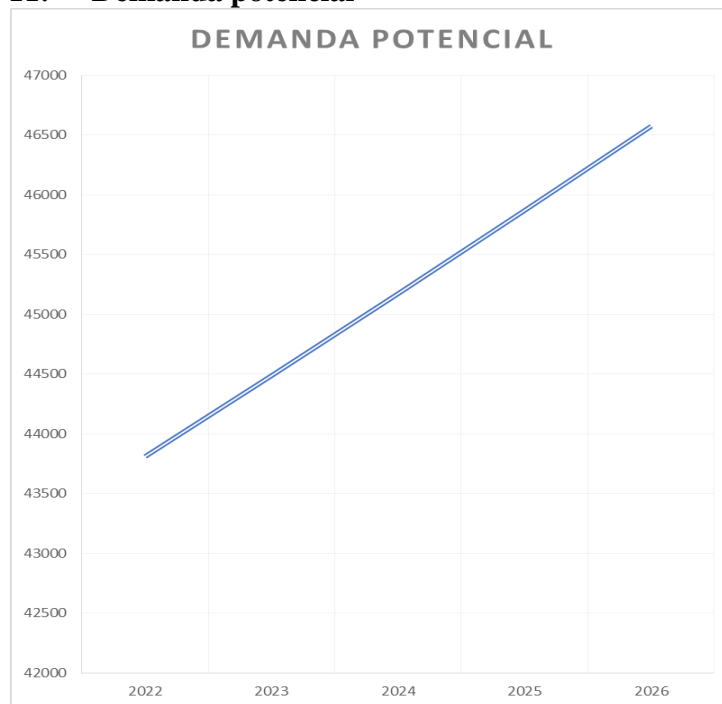
Tabla15. Cálculo demanda potencial - IÑAQUITO

	<u>X</u>	<u>Y</u>	<u>XY</u>	<u>X₂</u>
2022	1	43811	43811	1
2023	2	44486	88971	4
2024	3	45171	135512	9
2025	4	45866	183466	16
2026	5	46573	232864	25
	15	225907	684624	55

Fuente: INEC – TCP

Elaborado por: El autor

Ilustración 11. Demanda potencial



Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

1.5. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE

1.5.1. Análisis del micro ambiente.

Comprender las fuerzas competitivas, así como sus causas subyacentes, revela los orígenes de la rentabilidad actual de una industria al tiempo que ofrece un marco para anticipar e influenciar la competencia (y la rentabilidad) a lo largo del tiempo. La estructura saludable de una industria debería ser un aspecto competitivo a tener en cuenta por los estrategas, al igual que la posición de su empresa. (PORTER, 2017)

Amenaza de entrada

El ingreso de otros competidores al mercado al cual nos dirigimos, tendría que vencer las siguientes barreras:

- Publicidad y presencia on-line: Los servicios ofrecidos en la actualidad son difundidos solamente por redes sociales, en especial Market Place en Facebook; lo que muestra poca inversión en publicidad ya que no existe un espacio en la web dedicado a este sector económico.

- Profesionalismo en los diferentes oficios: Los diferentes tipos de servicio de mantenimiento domestico son ofertados por personas naturales que no presentan garantía alguna mediante un contrato o acuerdos formales, esto demuestra que el servicio que vamos a brindar con nuestra aplicación, va un paso adelante con la gestión de un intermediario que se manejaría a través de la aplicación.

- Innovación tecnológica: La modernización del servicio de mantenimiento domestico es fundamental para la sobrevivencia de este sector económico.

La amenaza de sustitutos

Nuestros servicios ofertados podrían ser sustituidos por diferente tipo de personas con conocimiento técnico o empírico, como familiares, amigos que puedan reparar o dar mantenimiento doméstico, y por personas independientes e informales.

Poder de negociación de los compradores

La estandarización de precios en los diferentes servicios ofertados será clave en contra de la habilidad de negociación y persuasión de los clientes, no existirá oportunidad de generar un acuerdo basado en experiencias de los consumidores ya que nuestra propuesta de valor brinda una especialización y personalización del servicio.

Poder de los proveedores

El enfoque de nuestros servicios al ser domésticos, no contemplan una gran complicación al momento de acceder a insumos o material necesario para la operación, salvo en contadas ocasiones que pueden existir casos complejos, que demanden mayor cantidad de material.

Rivalidad competitiva

La competencia de Ey!Home son empresas que pueden ofertar servicios de mantenimiento domestico mediante una afiliación mensual o personas naturales que consten en grupos de redes sociales, en ambos casos sin presencia on-line. Se detallan algunas consideraciones en el análisis de la competencia:

- El único competidor actual que tendría Ey! Home, en la actualidad tiene un nivel muy bajo de suscripciones con poca popularidad y nivel de referencia.

- El crecimiento de Ey!Home será en base al resultado de experiencias enriquecedoras con los usuarios, tomando en cuenta temas importantes de hoy en día, como: Incremento de la inseguridad en el país, confiabilidad, calidad en el servicio y personalización de contratos.

- En temas de costos, competimos con empresas o individuos que ofrecen precios inferiores, siendo nuestros atributos los que respaldan nuestro mayor precio.

- Al tener una competencia virtual con poco alcance, nuestro competidor más grande es el servicio informal, que ciertamente considera un precio más bajo al propuesto.

- Nuestra propuesta de valor en Ey!Home, es la experiencia del cliente, potencializando la gestión, contacto, profesionalismo y personalización de contratos mediante el uso de plataformas digitales.

1.5.2. Análisis del macro ambiente.

Un análisis PESTEL es una herramienta que permite a las organizaciones descubrir y evaluar los factores que pueden afectar el negocio en el presente y en el

futuro. PESTEL es un acrónimo de Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal. Este análisis se utiliza para evaluar estos seis factores externos en relación con la situación comercial. (Amador-Mercado, 2022)

Ilustración 12. Análisis PESTEL



Fuente: *Análisis PESTEL*

Elaborado por: *El autor*

Factor Político

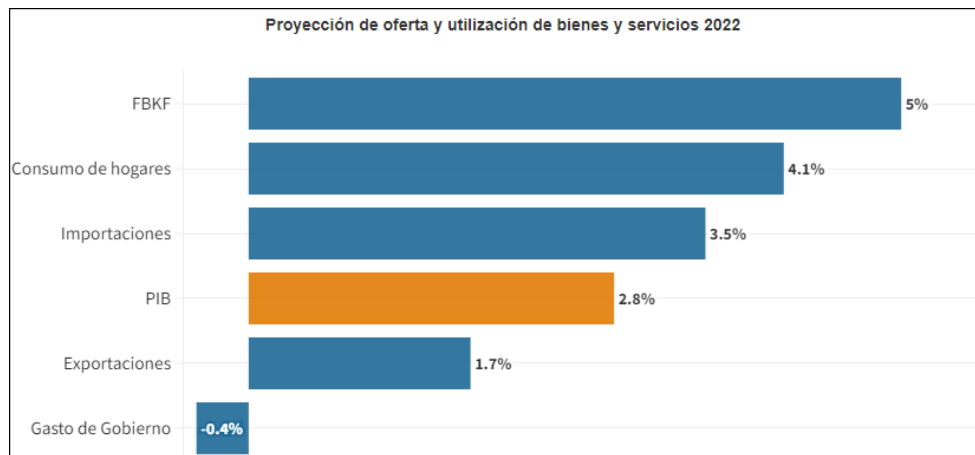
La dinamización del crédito en 2021, que se aceleró cuando las actividades económicas pudieron reabrir, es una de las principales razones para el mejor desempeño económico alcanzado en 2021. En este contexto, más de 6,35 millones de nuevas operaciones de crédito fueron desembolsadas por la banca privada entre enero y noviembre de 2021, esto es, un 14 % más que en igual período de 2020 (765 816 operaciones adicionales). (Villarreal, 2022)

Factor Económico

Considerando el crecimiento crediticio en el Ecuador, se considera que el país tendrá un cierre estimado en el sector del mercado virtual de cuatro millones de dólares al finalizar el año.

El crecimiento del 2022 será impulsado por la inversión (FBKF) (5 %) y el dinamismo del consumo de los hogares (4,1 %), Nuevamente, serán los hogares lo que más contribuirán. Con respecto a la inversión, el crecimiento se debe a la recuperación con respecto a 2020 y 2021, pues en 2020 alcanzó niveles similares al año 2010. (Suárez, 2022)

Ilustración 13. Proyección de oferta y utilización de bienes y servicios 2022



Fuente: *Análisis PIB*

Elaborado por: *El autor*

Considerando que el servicio propuesto es enfocado al sector doméstico – Consumo de hogares; se estima formar parte de este crecimiento aportando con una idea vanguardista y dinamizando el sector informal de la construcción.

Factor Social

El número de habitantes de la parroquia Ñaquito, se encuentra entre los 43.811, formando parte del centro norte de la ciudad de Quito, además de estar cerca del centro financiero que predomina la ciudad.

Factor Tecnológico

El incremento en la tendencia tecnológica, se puede evidenciar por el incremento en adquisición y compra de teléfonos inteligentes y tabletas, así como

el adoptar las tendencias administración de datos en espacios digitales, desarrollo de software y el uso de los startups; así como la popularización masiva de varias redes sociales, como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok.

Factor Ambiental

En el factor ambiental, el país ha venido prometiendo una transición ecológica y hasta incluyó este término en el nombre del Ministerio, la producción de petróleo y minería ha aumentado y la deforestación continúa arrasando con los bosques amazónicos y andinos.

Factor Legal

Que el uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la internet, ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado. (CONGRESO NACIONAL, 2022)

1.5.3. Proyección de la oferta

Para el análisis de la oferta de este plan de negocios, se consideran competidores como personas naturales y empresas físicas y digitales con servicios de mantenimiento doméstico o al menos algunos aplicables a la vida cotidiana, en el país este sector económico se encuentra desatendido, el ecuatoriano promedio contrata cualquier tipo de servicio para su domicilio a través de algún referido por amigos o familiares, de esta forma se considera más un trabajo informal y sin niveles de profesionalismo.

Como excepción se puede considerar que, en el año 2019 se creó una empresa digital que, a través de una App, se pueda conectar a los usuarios los

expertos en oficios como carpintería, fontanería, pintura, electricidad y otros.

(PRIMICIAS, 2020)

Según el giro de negocio, también se debe considerar a la empresa GLOBAL SERVICE, misma que inicio sus actividades en el año 2010, dedicada a brindar soluciones personales y empresariales con servicios de Obra Civil, Limpieza y Mantenimiento de: mobiliario, electrodomésticos, equipos industriales, Áreas Verdes.

Tabla N.- 16 Presupuesto Plan de Medios

Empresa	Servicios Diarios	Servicios Mensuales	Servicios Anuales
EASYFIX	20	600	7300
GLOBALSERVICE	40	1200	14600
PERSONA NATURAL	3	90	1095
Total	63	1890	22995

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla16. Análisis competidores

Empresa	Servicios Diarios	Servicios Mensuales	Servicios Anuales
EASYFIX	20	600	7300
GLOBALSERVICE	40	1200	14600
PERSONA NATURAL	3	90	1095
Total	63	1890	22995

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

En la investigación realizada a la oferta del plan de negocios, notamos que las empresas ya establecidas, mantienen contratación de personas naturales y jurídicas, es decir; se encuentran atacando el mercado de personas y empresas, en esta ocasión se estudian sus datos por la similitud de servicios a ofertar en comparación a nuestro plan de negocios.

Considerando la competencia directa de nuestro plan de negocios, podemos notar que ciertamente una persona natural tiene un mercado más pequeño al cual atacar, Ey!Home está enfocado inicialmente en personas naturales lo que permite que exista una comparación con trabajadores informales.

Como muestra la tabla anterior, el número de servicios similares o iguales diarios a la actualidad es de 22.995 a nivel nacional, con este dato se realizará la proyección a cinco años hasta el 2026.

Tabla17. Tabla N.- 17 Oferta proyectada

Año	Oferta de servicios
2022	22995
2023	23453
2024	23919
2025	24395
2026	24881

Fuente: *Investigación propia*

Elaborado **por:** *El autor*

1.5.4. Demanda Potencial Insatisfecha

Por demanda potencial o insatisfecha debe entenderse la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros (Esparza, 2020)

Tabla18. Tabla N.- 18 Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2022	43811	22995	20816
2023	44486	23453	21033
2024	45171	23919	21251
2025	45866	24395	21471
2026	46573	24881	21692

Fuente: *Investigación propia*

laborado **por:** *El autor*

Los resultados de la tabla demuestran que existe una demanda insatisfecha aun con las empresas existentes actualmente y con la contratación informal de trabajadores de mantenimiento doméstico, el objetivo del plan de negocios es plantear la captación de este nicho de mercado libre.

Uno de los objetivos a largo plazo del plan de negocios será la expansión de su operación llegando a más sectores de la ciudad.

1.6. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La publicidad y promoción del plan de negocios, se basarán en estrategias digitales de búsqueda de servicios de mantenimiento doméstico en exploradores, además de espacios publicitarios en redes sociales, por tanto, se plantean las siguientes alternativas.

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

Ilustración 14. Creación de dominio web.



✓ ¡eyHomeEc.com se encuentra disponible!

Fuente: *WIX.com*

Elaborado por: *El autor*

- Creación de correo electrónico corporativo

Logo.- Se lo utiliza para comunicar el tipo de producto que se expone, es un diseño tipográfico que sirve como emblema de una marca comercial, producto o servicio. Los logotipos están estructurados por letras que componen el nombre de la entidad a representar. Sin embargo, a veces incluyen elementos característicos que definen el objeto de su competencia. (Salas, 2017)

Ilustración 15. Logotipo



Fuente: *Investigación Propia*

Elaborado por: *El autor*

Eslogan.- El eslogan se presenta como un enunciado breve, conciso y fácil de retener, que nos habla de algo o de alguien, de una manera que resulte impactante, atractiva, ingeniosa o sugestiva para el destinatario interpretante de ese enunciado, con el fin de que adopte una determinada actitud o comportamiento ante el tema que constituye el objeto del mensaje (CECILIA, 1997)

1.7. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR

Productores Consumidores: esta es la vía más corta y rápida que se utiliza en este tipo de productos. La forma que más se utiliza es la venta de puerta en puerta, la venta por correo, el tele mercadeo y la venta por teléfono. Los intermediarios quedan fuera de este sistema. (Vedia, 2003)

1.8. SEGMENTOS DE CLIENTES

Conocer sobre el comportamiento de los usuarios también nos permite perfilar mucho más el producto o servicio para antes de su lanzamiento. En este punto se analizan los patrones de consumo y uso que tiene la audiencia con relación a lo que se va a promocionar. También, la sensibilidad que se tiene con respecto al precio, la lealtad con la marca y la respuesta que se puede llegar a tener con relación a lo que se está ofreciendo.

1.9. MERCADOS ALTERNATIVOS

Se plantea como mercados alternativos para el plan de negocios, la implementación de abrir mercados en empresas o personas jurídica.

CAPITULO II

2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

Establecer los procesos necesarios para la operación de la empresa, así como materiales, insumos, recursos y personas necesarias para la prestación del servicio.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.2.1. Descripción del proceso de transformación del servicio

Descripción del servicio:

Aplicación telefónica: Se podrá descargar de manera gratuita para teléfonos inteligentes con sistemas Android, IOS, la elección del servicio requerido se realizará en base a un listado que formará parte de la aplicación, pudiendo además adjuntar fotografías y/o vídeos para estimar el daño y costo de manera preliminar, así como el tiempo de respuesta para la atención de un técnico. El mapa de procesos de Ey!Home representará los procesos y sus interrelaciones, de esta forma se representa los caminos a seguir para el cumplimiento de los objetivos empresariales.

2.2.2. Mapa de procesos

El mapa de procesos de Ey!Home representará los procesos y sus interrelaciones, de esta forma se representa los caminos a seguir para el cumplimiento de los objetivos empresariales.

Procesos estratégicos. - Los procesos de marketing y comunicación darán un soporte estratégico que consolide una correcta toma de decisiones en Ey!Home.

Procesos operativos. - Los procesos operativos definidos por Ey! Home se basarán en la experiencia del consumidor, se brindarán servicios especializados de acuerdo a las necesidades de cada uno de los clientes, se generará una base de datos que almacenará cada registro del cliente, se categorizará la solicitud de servicio en mantenimiento o reparación, proceso de cobranza y encuesta de satisfacción del servicio brindado.

Procesos de apoyo. - Los procesos de administración y finanzas que constan del control y pago de proveeduría, logística y compras que incluye el transporte, mensajería, suministro de materiales, herramientas y uniformes y control de calidad que se encargará del cumplimiento de protocolo de servicio.

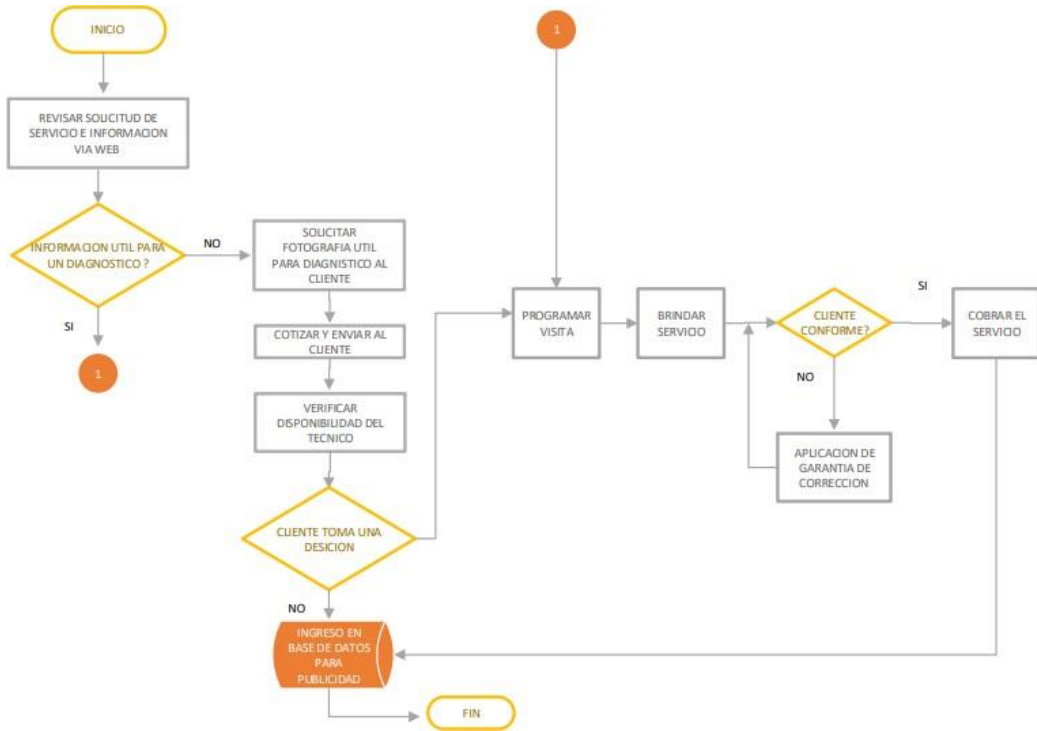
Ilustración 16. Mapa de procesos



Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *El autor*

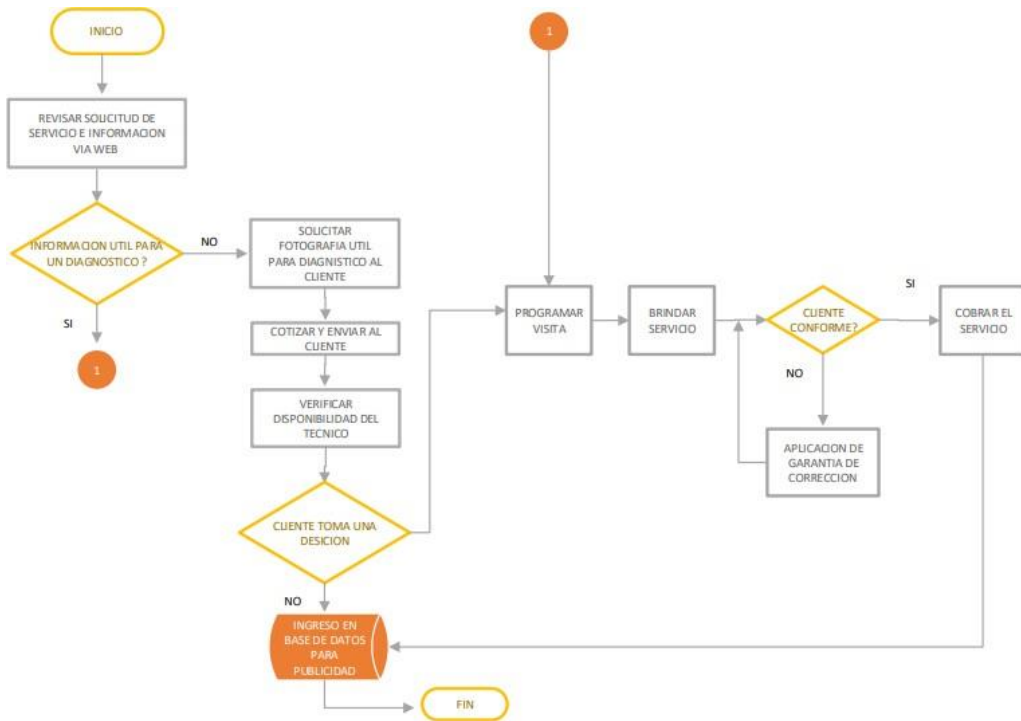
Flujograma.- Podemos definir los flujogramas como las representaciones gráficas que emplean elementos geométricos para representar secuencias de un proceso, de igual modo permiten describir la secuencia y su interacción de las distintas etapas de un procedimiento. Estos gráficos manejan unos símbolos que interpretan alguna tarea que se realiza dentro de una estructura y nos dicen el movimiento que sigue dicha tarea representada a través de unas flechas que van desde un punto de inicio hasta un punto final. (LOPEZ, 2014)

Ilustración 17. Flujograma servicio de reparación



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El autor

Ilustración 18. Flujograma servicio de mantenimiento

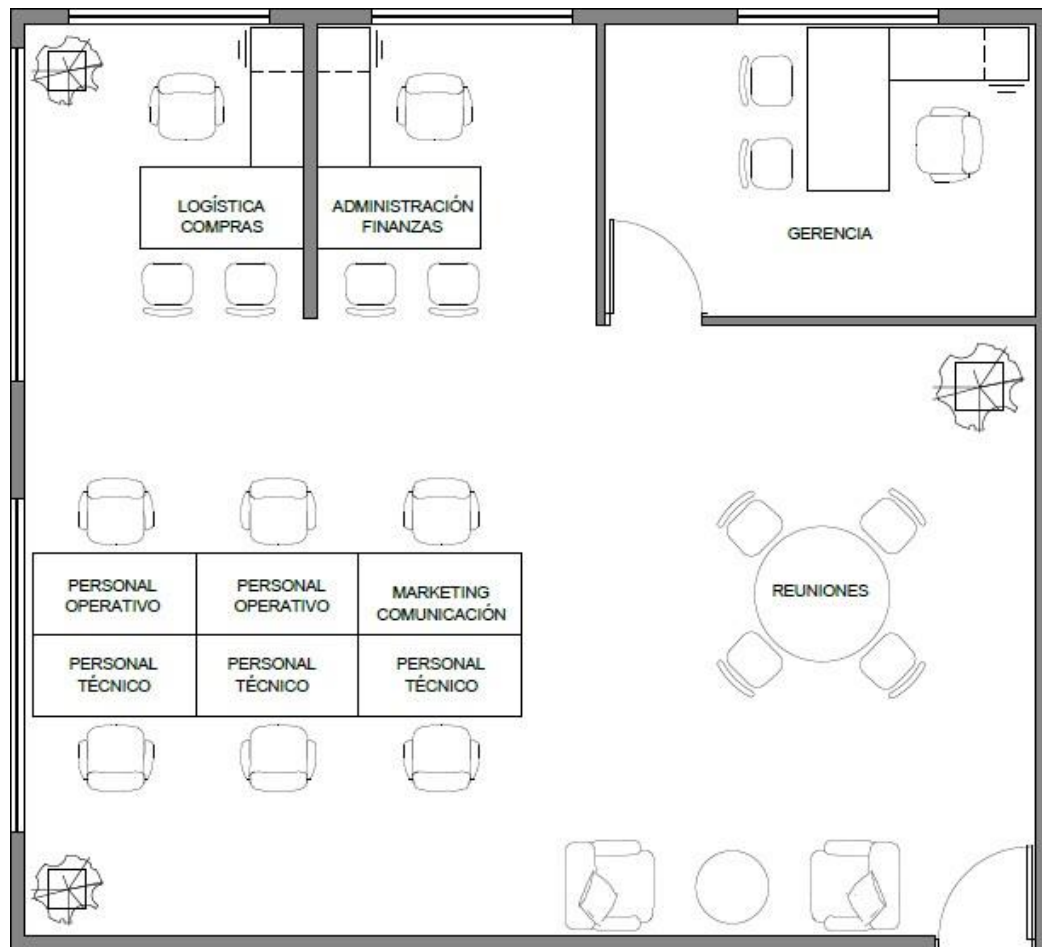


Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *El autor*

2.2.3. Descripción de instalaciones, equipos y personas

Las instalaciones de Ey!Home se ubica al norte de Quito en el sector de la Pradera, la operación se desarrolla en una oficina de una sola planta, con puestos para nueve personas, de las cuales se dividen en el área de gerencia o administrador, con un computador, escritorio y sillas; el área de finanzas y administración comparte espacio con el área de logística y compras, cada uno de los cubículos cuenta con un computador, escritorios y muebles; el área de marketing y comunicaciones, así como los dos cubículos del personal operativo cuentan con un computador, escritorios y muebles, estos a su vez; comparten espacio con los tres técnicos encargados de brindar el servicio, que tienen un escritorio cada uno con un espacio ideal para sus pertenencias, además de contar con un teléfono inteligente corporativo.

Ilustración 19. Distribución de instalaciones



Fuente: *Investigación Propia*

Elaborado por: *El autor*

Descripción de equipos. -

Se detallan a continuación los equipos a utilizar para la operación de Ey!Home

Tabla19. Descripción de equipos de oficina

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
6	Lenovo Chromebook	\$ 199.00	\$1,194.00
1	Lexmark MS521dn Monochrome Laser Printer	\$ 599.00	\$ 599.00
3	Huawei Celular / Y5P / 32GB	\$ 109.00	\$ 327.00
Total			\$2,120.00

Fuente: *Investigación Propia*

Elaborado por: *El autor*

Tabla20. Descripción de muebles y enseres

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
8	Escritorio Cubic 900Blanco	\$ 54.01	\$ 432.08
1	Escritorio Nilo Blanco	\$ 99.01	\$ 99.01
6	Silla Oficina Julia Negro	\$ 74.00	\$ 444.00
13	Silla EAMES blanca con brazos	\$ 25.00	\$ 325.00
1	Mesa de reuniones Aries con Tapa Canto Copo - Imbuia Naturale/Off White	\$ 400.00	\$ 400.00
2	Sillon Aux Dorana	\$ 100.00	\$ 200.00
1	Mesa de centro Bonito - Nogueira	\$ 90.00	\$ 90.00
Total			\$1,990.09

Fuente: *Investigación Propia*

Elaborado por: *El autor*

Tabla21. Descripción del personal mantenimiento

Actividad	Tiempo por actividad	No Person as	Horas- hombre
Generar notificación de solicitud realizada	1 min	1	00:01:00
Solicitar información necesaria (fotografías, videos o descripciones)	20 min	1	00:20:00
Enviar cotización (solicitar el 50% del servicio)	60 min	2	01:00:00
Verificar disponibilidad del técnico	10 min	1	00:10:00
Programar visita (ruta y horario)	5 min	1	00:05:00
Brindar servicio	3 horas	1	03:00:00
Generar factura	5 min	1	00:05:00
Ingreso de datos del cliente en base de datos	2 min	1	00:02:00
Total	283	2	04:43:00

Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Tabla22. Descripción del personal mantenimiento

Actividad	Tiempo por actividad	No Personas	Horas-hombre
Generar notificación de solicitud realizada	1 min	1	00:01:00
Solicitar información necesaria (fotografías, videos o descripciones)	20 min	1	00:20:00
Informar sobre tarifas de reparación (facturar el 50%)	5 min	1	00:05:00
Verificar disponibilidad del técnico	10 min	1	00:10:00
Programar visita (ruta y horario)	5 min	1	00:05:00
Brindar servicio	3 horas	1	03:00:00
Generar factura	5 min	1	00:05:00
Ingreso de datos del cliente en base de datos	2 min	1	00:02:00
Total	228	2	03:48:00

Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

2.2.4. Tecnología a aplicar

Ey!Home busca ser un aliado domestico al momento de necesitar un servicio de reparación o mantenimiento en los hogares y propiedades del sector norte de Quito, por tanto es necesario que la programación se ubica al norte de Quito en el sector de la Pradera, la aplicación móvil desarrollada será fácil ya amigable con el usuario concentrándose en la experiencia al usarla y contratar un servicio.

Para la programación de la aplicación móvil se utilizará un lenguaje de programación actual como es SuperWaba, mismo que es basado en un lenguaje JAVA anterior a esta versión, optimizado para su uso en dispositivos con pantallas pequeñas. Aunque incluye su propio conjunto de librerías, los programas desarrollados en SuperWaba pueden ser ejecutados en cualquier plataforma que interprete Java. (GERMÁN, 2006)

En cuanto al sistema que se utilizará para el almacenamiento de la base de datos de los suscriptores, se implementará el uso de la plataforma Google Works pace, donde se podrá almacenar datos personales, así como sus últimas contrataciones y un listado de intereses, necesarios para la mejora del servicio.

2.3. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.3.1. Capacidad de Producción Futura

Según la encuesta realizada, el grupo objetivo indicó que el número de veces de contratación mensual sería de 51, lo que refleja que diariamente se realizarán 7 contratos de servicios por medio de la aplicación.

A continuación, se detalla la producción diaria, semanal, mensual y anual.

Tabla23. Producción diaria, semana, mensual y anual

	Diario	7
	Semanal	49
N° de Servicios	Mensual	210
	Anual	2555

Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

Tabla24. Proyección de producción a cinco años

Servicios	Cantidad	Cantidad	2022	2023	2024	2025	2026
	diaria	mensual					
CERRAJERÍA	0.49	15	176	179	182	185	188
PLOMERÍA	1.89	57	680	691	702	712	723
REPARACIONES	1.89	57	680	691	702	712	723
PINTURA	0.49	15	176	179	182	185	188
CARPINTERÍA	0.63	19	227	230	234	237	241
DISEÑO Y DECORACIÓN	0.7	21	252	256	260	264	268
SERVICIOS ELÉCTRICOS	0.77	23	277	281	286	290	295
TOTAL	7	206	2470	2508	2546	2585	2625

Fuente: *Investigación propia*

Elaborado por: *El autor*

2.4. Definición de Recursos Necesarios para la Producción

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

Para el funcionamiento de la aplicación de Ey!Home, se implementará una alianza de una plataforma extra que se encargara de la gestión de cobros a través de tarjetas de crédito y débito, la plataforma KUSHKI; misma que integra varias formas de pago on line con la mayoría de entidades financieras.

2.5. Calidad

2.5.1. Método de Control de Calidad

Tabla25. CHECK LIST

N	Actividad	Frecuencia	Si	No	Observaciones
1	Mantenimiento del software Verificar fases del proceso de	Semanal			
2	contratación del servicio Analizar la frecuencia de uso de la	Diaria			
3	rectificación de errores	Semanal			
4	Objetivo de Suscripciones Envío de Publicidad a la base de	Mensual			
5	datos	Semanal			

Elaborado por: *El autor*

Las listas de comprobación o checklist han hecho posible una de las actividades más difíciles, desde pilotear aviones hasta construir rascacielos de una enorme sofisticación. (Gawande, 2011)

Gracias a los resultados reflejados en este sistema de control de calidad, se podrán crear estrategias que ayuden a un mejor cumplimiento de objetivos y a generar un mejor servicio para los suscriptores.

2.6. Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

2.6.1. Seguridad e higiene ocupacional

En el Ecuador el marco legal en seguridad y salud ocupacional tiene como propósito prevenir los accidentes y enfermedades profesionales derivadas de las actividades laborales en los diferentes centros de trabajo, tanto del sector público y privado. (Toro, 2020)

Ey!Home al ser una empresa que mantiene su operación a través de dispositivos electrónicos y el uso de ciertos químicos, contará con los siguientes puntos clave con el objetivo de cumplir con el bienestar de los colaboradores.

Implementación de un reglamento interno que contenga políticas de manejo de implementos como químicos o herramientas, así como también el uso de un uniforme especial que cuide a los técnicos encargados de realizar los trabajos.

Capacitaciones sobre el buen uso del material de todos los servicios que se ofrecen por la aplicación móvil.

Exámenes pre ocupacionales, ocupacionales y post ocupacionales.

En Ey!Home, se tratara de minimizar al máximo los riesgos que puedan correr los colaboradores en sus labores diarias, al ser una responsabilidad directa del empleador, se mantendrá controles mensuales sobre el buen uso del reglamento y la asistencia a las capacitaciones

CAPITULO III

3. Organización y gestión

3.1. Objetivo del capítulo

Determinar la estructura organizacional de la empresa, desarrollar su misión, visión y objetivos estratégicos de Ey!Home.

3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos

3.2.1. Visión de la Empresa

Ser la aplicación móvil líder en satisfacer las necesidades de reparación y mantenimiento doméstico, brindando un servicio de calidad, confiable, seguro, profesional y garantizado, comprometido con el crecimiento profesional de nuestros colaboradores.

3.2.2. Misión de la Empresa

Ey! Home, Busca establecer un nivel profesional en el servicio informal, desarrollaremos oportunidades formales y seguras tanto para el cliente interno, así como para nuestros asociados y colaboradores.

3.2.3. Objetivos y estrategias

ANÁLISIS FODA

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

Tabla26. ANÁLISIS FODA

Fortalezas	Oportunidades
Funcionamiento digital	Informalidad del servicio
Servicio confiable y seguro	mínima cantidad de plataformas digitales dedicadas a los servicios de reparación y mantenimiento domestico
Precios competitivos	Nuevas necesidades desatendidas en el mercado objetivo
Personalización y profesionalismo del servicio antes informal	Crecimiento de publicidad digital
Aplicación móvil amigable	Inseguridad del país
Debilidad	Amenazas
Recursos financieros limitados	Cultura de la población
Tercerización de la programación de la plataforma digital	Desconocimiento de nuevas tecnologías
Dificultad de la obtención de la inversión inicial	Crisis política del país
Personas con conocimiento en oficios de construcción, reparación o mantenimiento; reacios a una formalidad en su servicio	Bajo costo de servicios sustitutos
Errores en el funcionamiento de la aplicación móvil	Incremento de trabajos informales

Elaborado por: *El autor*

Análisis de factores incontrolables (Matriz EFE, EFI)

Tabla27. MATRIZ MEFI

MATRIZ MEFI			
Factores Críticos	Peso	Calificación	Ponderación
Fortalezas			
Funcionamiento digital	14%	4	0,56
Servicio confiable y seguro	17%	4	0,68
Precios competitivos	11%	3	0,33
Personalización y profesionalismo del servicio antes informal	15%	3	0,45
Aplicación móvil amigable	14%	3	0,42
Debilidad			
Recursos financieros limitados	8%	3	0,24
Tercerización de la programación de la plataforma digital	6%	2	0,12
Dificultad de la obtención de la inversión inicial	6%	2	0,12
Personas con conocimiento en oficios de construcción, reparación o mantenimiento reacios a una formalidad en su servicio	4%	1	0,04
Errores en el funcionamiento de la aplicación móvil	5%	2	0,1
TOTAL	100%		3,06

Elaborado por: *El autor*

En el análisis de la matriz notamos que Ey!Home es una empresa que tiene gran potencial de crecimiento con la planeación adecuada, el resultado de 3,06 en el total de la ponderación muestra un escenario favorable.

Tabla28. MATRIZ MEFE

Factores Críticos	Peso	Calificaci ón	Ponderaci ón
Oportunidades			
Informalidad del servicio mínima cantidad de plataformas digitales dedicadas a los servicios de reparación y mantenimiento domestico	14%	4	0,56
Nuevas necesidades desatendidas en el mercado objetivo	11%	3	0,33
Crecimiento de publicidad digital	15%	3	0,45
Inseguridad del país	14%	3	0,42
TOTAL			
Amenazas			
Cultura de la población	15%	3	0,45
Desconocimiento de nuevas tecnologías	6%	2	0,12
Crisis política del país	10%	2	0,2
Bajo costo de servicios sustitutos	4%	1	0,04
Incremento de trabajos informales	7%	2	0,14
TOTAL		113 %	3,39

Elaborado por: *El autor*

El porcentaje de oportunidades a favor que tiene la empresa dentro del mercado es alto, lo denotamos con un resultado por encima de del 3; relacionado con un porcentaje de amenazas manejables para la organización.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Según el análisis realizado a los factores internos y externos en el escenario de la realidad de Ey!Home, se procede a desarrollar los objetivos estratégicos para la propuesta de cinco años de funcionamiento de la empresa.

Tabla29. MATRIZ DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

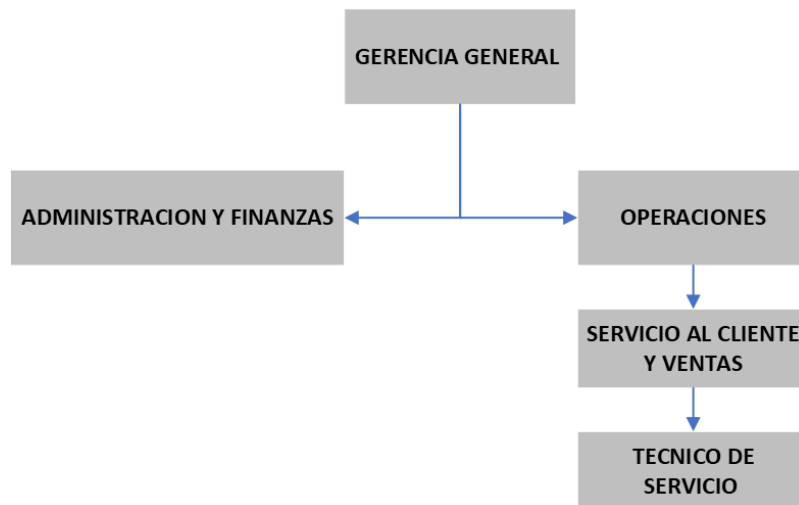
Año	Objetivo	Estrategia
1	Llegar a un promedio de suscriptores de entre 15.000 a 25.000	Encuestas virtuales mediante el uso de redes sociales Especialización de técnicos profesionales encargados de realizar el servicio Sorteos virtuales entre los suscriptores por asesorías gratis según su necesidad
2	Alcanzar el 20 % adicional de recomendaciones versus el año anterior	Fortalecimiento de la estructura interna Contratos publicitarios ocasionales con influencers en redes sociales Rectificar errores en la plataforma digital y en visitas de servicio con clientes
3	Expandir el público objetivo a dos parroquias adicionales a las existentes hasta el momento	Analizar las tasas de crecimiento poblacional de las parroquias aledañas a Iñaquito Crear un plan de encuestas de aceptación del servicio en otros sectores de la ciudad Analizar las debilidades de la competencia y convertir las en oportunidad para el funcionamiento de Ey!Home
4	Lograr y mantener una calificación sobre las 4.8 estrellas en el nivel de servicio de la empresa, según encuestas en redes sociales y sistemas de smartphones.	Fortalecimiento de la estructura interna Incrementando la eficiencia en los procesos de servicio al cliente
5	Aumentar el 50 % de contrataciones de servicio, según el número del momento.	Implementar evaluaciones de desempeño a los colaboradores, desarrollar sus habilidades y rectificar comportamientos Impulsar un plan de publicidad masiva mediante redes sociales Implementar encuestas de servicio a los suscriptores Fomentar el uso de una contratación segura mediante artefactos electrónicos

Elaborado por: *El autor*

3.3. Organización funcional de la empresa

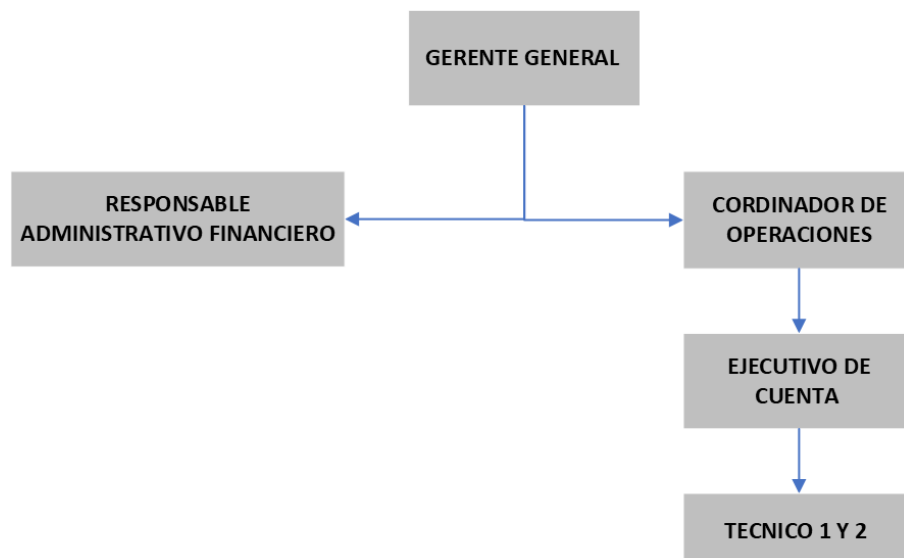
3.3.1. Organización Interna

Ilustración 20. Organigrama estructural



Elaborado por: *El autor*

Ilustración 21. Organigrama estructural



Elaborado por: *El autor*

3.3.2. Descripción de puestos

La descripción de puestos será la guía que servirá de referencia al momento de contratar al personal.

Tabla30. Descripción de Puesto Gerente General

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Gerente General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	No aplica
SUPERVISA A	Jefe Administrativo Community Manager
II OBJETIVO DEL PUESTO:	
Dirigir las áreas que involucran la empresa, generando estrategias y la planificación estratégica necesaria para lograr los objetivos planteados	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Planeación estratégica• Optimización de recursos (materiales y talento humano)• Proyección de objetivos a corto, mediano y largo plazo• Fortalecimiento de la estructura organizacional y su cultura• Dirección de los departamentos de la empresa• Representación legal• Evaluación de indicadores por departamento• Generación de convenios y ventas vip• Búsqueda de alianzas estratégicas	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none">• Título de tercer o cuarto nivel en administración de empresas o afines• Experiencia de 3 años en dirección de empresas digitales o servicios	

HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Liderazgo de equipos • Orientación a resultados • Innovación • Adaptabilidad a nuevos escenarios • Visión empresarial • Ingeniería o licenciatura
FORMACIÓN	comercial o en Administración de empresas

Elaborado por: *El autor*

**Tabla31. Descripción de Puesto Responsable Administrativo
Financiero**

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Jefe Administrativo financiero
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Asistente de compras y logística
II OBJETIVO DEL PUESTO:	
<p>Desarrollar presupuestos para las áreas de la empresa, análisis de estados financieros y situación de la empresa, implementación de sistemas de control</p>	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Proceso de recursos humanos (contratación de personal, actualización de normativas, seguridad y salud ocupacional) • Elaboración de manuales de funciones • Evaluación de indicadores de gestión • Dirección al asistente de compras y logística • Planeación de programas de capacitación • Evaluación de personal • Consolidar los requerimientos de todas las áreas 	

- realizar las cancelaciones de las obligaciones financieras de la empresa

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título de tercer o cuarto nivel en administración de empresas o finanzas

Experiencia de 3 años en cargos de coordinación o manejo de equipos

HABILIDADES

- Trabajo en equipo
- Liderazgo de equipos
- Orientación a resultados
- Innovación
- Adaptabilidad a nuevos escenarios

FORMACIÓN

- Relacionamiento
- Ingeniería o licenciatura en Administración de empresas o finanzas

Elaborado por: *El autor*

Tabla32. Descripción de Puesto Coordinador de operaciones

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Coordinador de operaciones
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Community Manager
SUPERVISA A	Ejecutivo de servicio al cliente Técnicos de servicio

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Coordinar la operación física de la empresa y cumplir con excelentes resultados de satisfacción en el cliente

III FUNCIONES

- Acompañar a gestiones del ejecutivo del servicio al cliente
- Solventar con otros departamentos las necesidades de los técnicos de servicio

- Supervisar las rutas de servicio
- Supervisar el funcionamiento de maquinaria e insumos utilizados en la operación
- Supervisar los procesos de gestión al cliente y servicio físico de los técnicos

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Tecnólogo en administración de empresas

Experiencia de al menos 1año en cargos similares – comprobables

HABILIDADES

- Análisis de riesgo
- Solución de conflictos
- Orientación a resultados
- Manejo de equipos
- Tecnológico, Ingeniería o licenciatura o bachiller en administración de empresas

FORMACIÓN

Elaborado por: *El autor*

Tabla33. Descripción de Puesto Ejecutivo de cuenta

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

PUESTO	Ejecutivo de servicio al cliente
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Coordinador de operaciones
SUPERVISA A	No aplica

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Gestionar las necesidades del cliente

III FUNCIONES

- Gestión de clientes
- Gestión de contratos

- Gestión de reclamaciones
- Ingreso de información
- Evaluación de resultados de los étnicos de servicio

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Tecnólogo en administración de empresas

Experiencia de al menos 1 año en cargos similares – comprobables

HABILIDADES

- Análisis de riesgo
- Solución de conflictos
- Orientación a resultados
- Comunicación efectiva
- Tecnológico, Ingeniería o licenciatura o bachiller en administración de empresas

FORMACIÓN

Elaborado por: *El autor*

Tabla34. Descripción de Handyman

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

PUESTO	Técnico de servicio
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Coordinador de operaciones
SUPERVISA A	No aplica

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Mantenimiento de propiedades, llevar a cabo reparaciones menores de plomería, albañilería, pintura y otros

III FUNCIONES

- Cumplir con los contratos de mantenimiento o reparación
- Brindar un servicio profesional
- Asesorar al cliente en el momento del servicio

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Bachiller - persona mayor de edad

experiencia en mantenimiento de edificios o similares

HABILIDADES

- Destreza física
- Conocimiento técnico
- Comunicación efectiva

FORMACIÓN

- Persona con oficio de carpintería, gasfitería, pintura, entre otros.
-

Elaborado por: *El autor*

3.4. Control de gestión

A continuación, se detallan los indicadores de gestión por áreas, mismos que permitirán un análisis y evaluación de los resultados obtenidos por departamento y la sinergia entre ellos.

Tabla35. Descripción de Indicadores de gestión

N o.	Nombre del Área	Nombre del indicador	Fórmula del indicador	Indicador	Meta 2023
1	Gerencia General	Evaluaciones de desempeño	Número de evaluaciones de desempeño realizadas / Número de empleados	Trimestral	0,9
		Cumplimiento de actividades gerenciales	Número de actividades ejecutadas / Número de actividades planificadas	Mensual	0,9

2	Administrativo Financiero	Margen bruto de utilidad	Utilidad bruta / Ventas netas x 100	Anual	95%
		Punto de equilibrio	Costos fijos / Margen de contribución	Anual	95%
		Rentabilidad de ventas	Utilidad neta / Ventas netas x 100	Anual	90%
		Cumplimiento de planes de capacitaciones	(Horas ejecutadas / Horas planificadas) x 100	Semestral	95%
3	Marketing y Comunicación	Búsquedas orgánicas	(Número de búsquedas orgánicas / Total de búsquedas de la aplicación móvil) x 100	Mensual	90%
		Contratos efectivos	Número de contratos / Número de visitas	Mensual	90%
		Visitas a la aplicación móvil	(Número de compradores / Número de usuarios que siguen o se suscriben a la aplicación móvil)	Mensual	90%
4	Operaciones	Servicio al cliente	(Número de problemas solucionados / Número usuarios atendidos) x 100	Mensual	95%

Contrato satisfecho	Número de contratos satisfechos / Número de contratos solicitados (Número de problemas solucionados / Número usuarios atendidos) x 100	Mensual	95%
Reclamos		Mensual	90%

Elaborado por: *El autor*

Necesidades de personal

A continuación, se detallan los indicadores de gestión por áreas, mismos que permitirán un análisis y evaluación de los resultados obtenidos por departamento y la sinergia entre ellos.

Tabla36. Descripción de Necesidades

AÑO	N.º PERSONAS	N.º PERSONAS	TIPO DE CONTRATO	HORAS DE TRABAJO
	1	Gerente General	Definido	8
	1	Responsable Administrativo financiero	Definido	8
202	2	Coordinador de operaciones	Definido	8
	1	Ejecutivo de cuenta	Definido	8
	2	Técnico de servicio	Definido	8
202	3	Asesor de ventas	Definido	8
202	4	Programador digital	Definido	8
	5	Contador	Definido	8
202	1	Asesor de ventas	Definido	8
	1	Técnico de servicio	Definido	8
6	1	Técnico de servicio	Definido	8

Elaborado por: El autor

CAPITULO IV

4. Jurídico Legal

4.1. Objetivo del capítulo

Detallar la normativa legal con la que se creara la empresa.

4.2. Determinación de la forma jurídica

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. (GOBIERNO ECUATORIANO, 2022)

Con la nueva Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación del Ecuador, aprobada en el 2020 se creó este tipo de compañía o sociedad mercantil para fomentar la formalización y desarrollo de emprendimientos en el país (SAS ECUADOR , 2022)

Requisitos para Constituir una SAS

Tabla 37. Requisitos para constitución de una sociedad anónima simplificada

No.
1 Crear reserva de denominación ingresando a www.supercias.gob.ec .
2 Descargar Contrato privado o escritura, ingresar a guías del usuario
3 Enviar los documentos obligatorios al correo electrónico designado
4 Nombramientos y documentos de constitución
5 Inscripción con la información completa:

- * Tipo de solicitante
- * Nombre completo
- * Número de identificación
- * Correo electrónico
- * Teléfono convencional y/o teléfono celular
- * Provincia
- * Ciudad
- * Dirección

6 Copia(s) de cédula o pasaporte.

Fuente: Adaptación de (SUPERCIAS, 2022)

Elaborado por: El Autor

Tabla38. Pasos para constituir una sociedad anónima simplificada

No.	
1	<p>Crear reserva de denominación</p> <ul style="list-style-type: none"> A) Ingresar al portal www.supercias.gob.ec. B) Ingresar al portal de trámites - sector societario C) Ingresar usuario y clave, escoja la opción reserva de denominación D) Ingresar a la opción constitución. E) Seguir los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipo de compañía S.A.S. F) Terminado el proceso imprimir su reserva.
2	<p>Descargar formato de documentos: contrato, nombramientos, formularios de registro.</p> <ul style="list-style-type: none"> A) Ingresar al portal www.supercias.gob.ec. Ingresar a guías del usuario y descargue los formatos y documentos B) requeridos. C) Llenar la información solicitada en los documentos descargados.
3	<p>Enviar a la cuenta de correo electrónico de la oficina correspondiente, los documentos obligatorios.</p> <ul style="list-style-type: none"> A) Solicitud de constitución.

- B) Un archivo PDF (contrato privado / escritura + reserva debidamente firmada electrónicamente)
- C) Un archivo PDF (cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente)
- D) Un archivo PDF (formularios de registro de los accionistas y administradores y la copia de las respectivas cédulas o pasaportes)

Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución de S.A.S, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante.

El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso. De no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del contrato o escritura y del o los nombramientos según sea el caso.

Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripciones correspondientes

Fuente: Adaptación de (SUPERCIAS, 2022)

Elaborado por: El Autor

4.3. Registros de marcas

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas. (derechos intelectuales, 2022)

4.4. Búsqueda Fonética

Ingresar a la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec. Llenar en el casillero virtual los datos de la persona jurídica y obtener un usuario.

Ingresar a solicitudes en línea con el usuario, se elige la opción pagos y se genera el comprobante, posteriormente se cancela \$16.00 en el Banco.

Verificar en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.

Tabla 39. Proceso para Registro de Marca Comercial

No.	
1	Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec .
2	Seleccione programa/servicios
3	Ingrese opción casillero virtual
4	Llene los datos que le solicitan en el casillero virtual
5	Revise su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de mi casillero para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero virtual.
6	Realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a solicitudes en línea.
7	Ingrese con su usuario y contraseña
8	Ingrese a la opción pagos
9	Opción tramites no en línea
10	Opción generar comprobante
11	Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la tasa de pago: (ingrese el código 1.1.10.)
12	Ingrese los datos y botón generar comprobante
13	Asista al banco del pacifico a pagar la tasa de \$16,00
14	Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el del banco del pacífico)
15	

Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec., así como el nombre exacto de la marca, que desea verificar.

16 Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

17 Para transferencias, una vez generado el comprobante de pago en nuestro sistema, deberá llenar este formato «transferencias» y enviar al correo transferencias@senadi.gob.ec. Adjuntando el pago y el formato lleno para que puedan validar.

La validación llegará a su correo y la misma deberá ser enviada con el formulario de búsqueda fonética al correo foneticoquito@senadi.gob.ec.

18 Los datos para transferencia son: banco del pacífico cta. corriente n° 7877889, ruc: 1768190490001, a nombre de servicio nacional de derechos intelectuales. U52

Fuente: Adaptación de (SENADI, 2022)

Elaborado por: El Autor

4.5. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

RAET: Registro de Actividades Económicas

Tabla40. Registro de Actividades Económicas y Tributarias

No.
1
Presentación de la cédula original o pasaporte para verificación de información
2
Formulario de inscripción, firmado por el contribuyente o representante legal (sociedades).
3
Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
4
Copia u original de una planilla de servicios básicos donde ejecuta la actividad económica, o contrato de arrendamiento legalizado.
5
Presentación del RUC del contribuyente

Fuente: Adaptación de (RAET, 2022)

Elaborado por: El Autor

RUC: Registro Único de Contribuyentes

Tabla41. Requisitos RUC

No. Requisitos habituales
1 Pasaporte
2 Credencial de agente diplomático
3 Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

No. Requisitos especiales
1 Carta de autorización en línea
2 Poder general o especial

Fuente: Adaptación de (SRI, 2022)

Elaborado por: El Autor

Tabla42. Pasos para Obtener el RUC

No.
1 Acudir a alguna agencia de atención del SRI
2 Solicitar un turno
3 Recibir documento de inscripción
4 Presentar los documentos en ventanilla

Fuente: Adaptación de (SRI, 2022)

Elaborado por: El Autor

LUAE: Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas

Tabla43. Pasos para Obtener la LUAE en línea

No.
1 Ingresar a pam.quito.gob.ec
2 Digitar el Ruc y su clave de patente
3 Ingresar la información
4 Imprimir el formulario y firmarlo en físico
5 Ingresar al link para la declaración de seguridad con los Bomberos

Fuente: Adaptación de (LUA, 2022)

Elaborado por: El Autor

CAPITULO V

5. Evaluación Financiera

5.1. Objetivos del capítulo

Demostrar los recursos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, siendo solida financieramente.

5.2. Plan de inversiones

La siguiente tabla detalla los recursos necesarios que la empresa deberá mantener durante su funcionamiento.

Tabla44. Plan de inversiones

PLAN INVERSIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
ACTIVOS FIJOS			\$ 3,198.06
Muebles y enseres			\$ 1,103.06
Escritorio Cubic 900Blanco	5	\$ 54.01	\$ 270.05
Escritorio Nilo Blanco	1	\$ 99.01	\$ 99.01
Silla Oficina Julia Negro	6	\$ 74.00	\$ 444.00
Sillón Aux Dorana	2	\$100.00	\$ 200.00
Mesa de centro Bonito - Nogueira	1	\$ 90.00	\$ 90.00
Equipos de Computación			\$ 1,613.00
Lenovo Chromebook	4	\$199.00	\$ 796.00
Lexmark MS521dn Monochrome Laser Printer	1	\$599.00	\$ 599.00
Huawei Celular / Y5P / 32GB	2	\$109.00	\$ 218.00
Equipos de Oficina			\$ 270.00
Repetidor router Wi-Fi	2	\$ 60.00	\$ 120.00
Kit de cámaras de seguridad	1	\$150.00	\$ 150.00
Suministros de oficina			\$ 212.00
Papelera	6	\$ 17.00	\$ 102.00
Archivador acordeón	2	\$ 12.00	\$ 24.00
Kit de esferográficos	6	\$ 1.00	\$ 6.00
Resmas papel bond A4	10	\$ 3.50	\$ 35.00
Kit recarga tintas de impresión	1	\$ 45.00	\$ 45.00
ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 733.00
Gastos de Constitución			\$ 733.00
Registro de marca	1	\$208.00	\$ 208.00
Patente Municipal	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Constitución SAS	1	\$500.00	\$ 500.00
Capital de trabajo (3meses)			\$ 17,212.63
TOTAL			\$ 21,143.69

Elaborado por: El autor

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

Tabla45. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
COSTOS DIRECTOS		\$ 1,620.00
Servicios Internet (MPD)	\$ 40.00	\$ 120.00
Servicios Profesionales (community manager)	\$ 500.00	\$ 1,500.00
COSTOS INDIRECTOS		\$ 330.00
Kit bioseguridad 2 personas	\$ 20.00	\$ 60.00
Kit de herramientas 2 personas	\$ 180.00	\$ 180.00
Plan celular 2 personas	\$ 30.00	\$ 90.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 14,137.71
Suministros de Oficina	\$ 78.50	\$ 212.00
Sueldos y Salarios	\$ 4,183.10	\$ 12,549.31
Servicios Profesionales (contador)	\$ 400.00	\$ 1,200.00
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 58.80	\$ 176.40
Depreciación		\$ 674.92
Muebles y enseres	\$ 9.19	\$ 110.31
Equipo de computación	\$ 44.80	\$ 537.61
Equipo de oficina	\$ 2.25	\$ 27.00
GASTOS DE VENTA		\$ 450.00
Publicidad	\$ 150.00	\$ 450.00
TOTAL	\$ 5,546.65	\$ 17,212.63

Elaborado por: El autor

5.3. Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1. Mano de Obra

Tabla46. Rol de pagos – funcionarios

No	Cargo	No. D.T.	Sueldo Base	Décimo 3er Sueldo	Décimo 4to. Sueldo	Aportes IESS	Vacaciones	Costo
1	Gerente	20	\$ 900.00	\$ 75.00	\$ 35.42	\$ 100.35	\$ 50.18	\$ 1,160.94
2	Responsable Administrativo financiero	20	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 35.42	\$ 55.75	\$ 27.88	\$ 660.71
3	Coordinador de Operaciones	20	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 35.42	\$ 55.75	\$ 27.88	\$ 660.71
4	Ejecutivo de cuenta	20	\$ 425.00	\$ 35.42	\$ 35.42	\$ 47.39	\$ 23.69	\$ 566.91
5	Técnico de Servicio 1	20	\$ 425.00	\$ 35.42	\$ 35.42	\$ 47.39	\$ 23.69	\$ 566.91
6	Técnico de Servicio 2	20	\$ 425.00	\$ 35.42	\$ 35.42	\$ 47.39	\$ 23.69	\$ 566.91
TOTAL			\$ 3,175.00	\$ 264.58	\$ 212.50	\$ 354.01	\$ 177.01	\$ 4,183.10

Elaborado por: El autor

5.3.2. Depreciación

En la siguiente tabla se detalla la depreciación de los activos de la empresa, que es la pérdida de valor de los bienes a consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo.

Tabla47. Tabla de porcentajes de depreciación.

DEPRECIACIONES

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

Elaborado por: El autor

5.3.3. Proyección de la depreciación

La proyección de depreciación permite tener un panorama claro del valor real de los activos de la empresa, en base a su uso y funcionamiento.

Tabla48. Depreciación y proyección a 5 años

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DEP	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR
			DEP. AÑO 1°	DEP. AÑO 2	DEP. AÑO 3°	DEP. AÑO 4	DEP. AÑO 5	DEP. AÑO 6	DEP. AÑO 7	DEP. AÑO 8	DEP. AÑO 9	DEP. AÑO 10
MUEBLES Y ENSERES	1,103.06	10%	110.31	110.31	110.31	110.31	110.31	110.31	110.31	110.31	110.31	110.31
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1,613.00	33.33%	537.61	537.61	537.61	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
EQUIPO DE OFICINA	270.00	10%	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00
TOTAL DEPRECIACIONES			674.92	674.92	674.92	137.31	137.31	137.31	137.31	137.31	137.31	137.31

Elaborado por: El autor

5.3.4. Detalle de Costos

A continuación se detallan los costos que tendrá la operación de Ey!Home, el objetivo es conocer en general los recursos necesarios que serán utilizados para brindar el servicio.

Tabla49. Detalle de costos

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL (USD)
COSTOS DIRECTOS		
Servicios Internet (MPD)	\$ 40.00	\$ 480.00
Servicios Profesionales (community manager)	\$ 500.00	\$ 6,000.00
TOTAL	\$ 540.00	\$ 6,480.00
COSTOS INDIRECTOS		
Kit bioseguridad 2 personas	\$ 20.00	\$ 240.00
Kit de herramientas 2 personas	\$ 180.00	\$ 180.00
Plan celular 2 personas	\$ 30.00	\$ 360.00
TOTAL	\$ 230.00	\$ 780.00
TOTAL GASTOS	\$ 770.00	\$ 7,260.00

Elaborado por: El autor

Tabla50. Proyección de costos a 5 años

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
COSTOS DIRECTOS						
Servicios Internet (MPD)	\$ 40.00	\$ 480.00	\$ 484.90	\$ 489.84	\$ 494.84	\$ 499.89
Servicios Profesionales (community manager)	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 6,061.20	\$ 6,123.02	\$ 6,185.48	\$ 6,248.57
TOTAL	\$ 540.00	\$ 6,480.00	\$ 6,546.10	\$ 6,612.87	\$ 6,680.32	\$ 6,748.46
COSTOS INDIRECTOS						
Kit bioseguridad 2 personas	\$ 20.00	\$ 240.00	\$ 242.45	\$ 244.92	\$ 247.42	\$ 249.94
Kit de herramientas 2 personas	\$ 180.00	\$ 2,160.00	\$ 2,182.03	\$ 2,204.29	\$ 2,226.77	\$ 2,249.49
Plan celular 2 personas	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 363.67	\$ 367.38	\$ 371.13	\$ 374.91
TOTAL	\$ 230.00	\$ 2,760.00	\$ 2,788.15	\$ 2,816.59	\$ 2,845.32	\$ 2,874.34
TOTAL GASTOS	\$ 770.00	\$ 9,240.00	\$ 9,334.25	\$ 9,429.46	\$ 9,525.64	\$ 9,622.80

Elaborado por: El autor

5.3.6. Detalle de Gastos

Se detallan los gastos necesarios para la operación de la empresa, estos se dividen en gastos administrativos y gastos de venta.

Tabla 51. Detalle de gastos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Suministros de Oficina	\$ 78.50	\$ 942.00
Sueldos y Salarios	\$ 4,183.10	\$ 50,197.23
Servicios Profesionales (contador)	\$ 400.00	\$ 4,800.00
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 58.80	\$ 705.60
Plan Celular	\$ 30.00	\$ 360.00
Depreciación muebles y enseres	\$ 9.19	\$ 110.31
Depreciación equipos de oficina	\$ 44.80	\$ 537.61
Depreciación equipos de computo	\$ 2.25	\$ 27.00
TOTAL	\$ 4,806.65	\$ 57,679.74

GASTOS DE VENTA

Publicidad	\$ 150.00	\$ 1,800.00
TOTAL	\$ 150.00	\$ 1,800.00
TOTAL GASTOS	\$ 4,956.65	\$ 59,479.74

Elaborado por: El autor

Tabla52. Proyección de gastos a 5 años

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Suministros de Oficina	\$ 78.50	942.00	951.61	961.31	971.12	981.03
Sueldos y Salarios	\$ 4,183.10	50,197.23	50,709.24	51,226.47	51,748.98	52,276.82
Servicios Profesionales (contador)	\$ 400.00	4,800.00	4,848.96	4,898.42	4,948.38	4,998.86
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 58.80	705.60	712.80	720.07	727.41	734.83
Plan Celular	\$ 30.00	360.00	363.67	367.38	371.13	374.91
Depreciación muebles y enseres	\$ 9.19	110.31	110.31	110.31	110.31	110.31
Depreciación equipos de computo	\$ 44.80	537.61	537.61	537.61		
Depreciación equipos de oficina	\$ 2.25	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00
TOTAL	\$ 4,806.65	\$ 57,679.74	\$,261.19	\$ 58,848.57	\$ 58,904.33	\$ 59,503.76
GASTOS DE VENTA						
Publicidad	\$ 150.00	1,800.00	1,818.36	1,836.91	1,855.64	1,874.57
TOTAL	\$ 150.00	\$ 1,800.00	\$ 1,818.36	\$ 1,836.91	\$ 1,855.64	\$ 1,874.57
TOTAL GASTOS	\$ 4,956.65	\$ 59,479.74	\$ 60,079.55	\$ 60,685.48	\$ 60,759.98	\$ 61,378.33

Elaborado por: El autor

5.4. Plan de Financiamiento

El plan de financiamiento tiene como base el cálculo del plan de inversión y capital de trabajo.

Tabla53. Plan de financiamiento
PLAN DE FINANCIAMIENTO

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	% SOCIOS	TOTAL, USD
Recursos Propios			
Aportación de Socios			\$ 21,143.69
Socio 1 Gerente	\$ 10,571.84	50%	
Socio 2 Familiares	\$ 9,072.16	50%	
TOTAL		100%	\$ 21,143.69

Elaborado por: El autor

5.4.1. Forma de financiamiento

El financiamiento de Ey!Home se realizará a través de fondos propios para el 50% y el restante con fondos familiares.

Tabla54. Estructura del Financiamiento
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

INVERSIONES	VALOR
ACTIVOS FIJOS	\$ 3,198.06
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 733.00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 17,212.63
TOTAL	\$ 21,143.69

Elaborado por: El autor

5.5. Cálculo de Ingresos

Los resultados de la encuesta realizada fueron favorables para la aceptación del servicio que brindará Ey!Home, se considera dentro de la proyección a cinco años que la demanda de servicio se irá incrementando en función a la expansión de la empresa y su operación.

Tabla55. Detalle de Ingresos y proyección a cinco años

	PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
AÑO 1	Cerrajería	30	360	\$ 20.00	\$ 600.00	\$ 7,200.00
	Plomería	57	680	\$ 25.00	\$ 1,417.50	\$ 17,010.00
	Reparaciones	57	680	\$ 25.00	\$ 1,417.50	\$ 17,010.00
	Pintura	15	176	\$ 30.00	\$ 441.00	\$ 5,292.00
	Carpintería	19	227	\$ 35.00	\$ 661.50	\$ 7,938.00
	Diseño y decoración	21	252	\$ 100.00	\$ 2,100.00	\$ 5,200.00
	Servicios eléctricos	25	300	\$ 20.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
	TOTAL	223	2,676	\$ 255.00	\$ 7,137.50	\$ 85,650.00
AÑO 2	Cerrajería	35	420	\$ 20.84	\$ 729.40	\$ 8,752.80
	Plomería	63	756	\$ 26.05	\$ 1,641.15	\$ 19,693.80
	Reparaciones	63	756	\$ 26.05	\$ 1,641.15	\$ 19,693.80
	Pintura	20	240	\$ 31.26	\$ 625.20	\$ 7,502.40
	Carpintería	24	288	\$ 36.47	\$ 875.28	\$ 10,503.36
	Diseño y decoración	26	312	\$104.20	\$ 2,709.20	\$ 32,510.40
	Servicios eléctricos	30	360	\$ 20.84	\$ 625.20	\$ 7,502.40
	TOTAL	261	3,132	\$ 265.71	\$ 8,846.58	\$106,158.96
AÑO 3	Cerrajería	36	426	\$ 21.34	\$ 758.26	\$ 9,099.12
	Plomería	64	768	\$ 26.67	\$ 1,706.08	\$ 20,473.02
	Reparaciones	64	768	\$ 26.67	\$ 1,706.08	\$ 20,473.02
	Pintura	20	244	\$ 32.00	\$ 649.94	\$ 7,799.24
	Carpintería	24	292	\$ 37.34	\$ 909.91	\$ 10,918.94
	Diseño y decoración	26	317	\$106.68	\$ 2,816.39	\$ 33,796.72
	Servicios eléctricos	30	366	\$ 21.34	\$ 649.94	\$ 7,799.24
	TOTAL	265	3,180	\$ 272.03	\$ 9,196.61	\$ 110,359.30

	Cerrajería	36	433	\$ 21.66	\$ 781.49	\$ 9,377.83
	Plomería	65	779	\$ 27.07	\$ 1,758.34	\$ 21,100.12
	Reparaciones	65	779	\$ 27.07	\$ 1,758.34	\$ 21,100.12
	Pintura	21	247	\$ 32.48	\$ 669.85	\$ 8,038.14
AÑO	Carpintería	25	297	\$ 37.90	\$ 937.78	\$ 11,253.40
4	Diseño y decoración	27	322	\$108.28	\$ 2,902.66	\$ 34,831.95
	Servicios eléctricos	31	371	\$ 21.66	\$ 669.85	\$ 8,038.14
	TOTAL	269	3,229	\$ 276.11	\$ 9,478.31	\$113,739.72
	Cerrajería	50	440	\$ 21.94	\$ 1,096.88	\$ 13,162.54
	Plomería	76	791	\$ 27.42	\$ 2,084.07	\$ 25,008.82
	Reparaciones	76	791	\$ 27.42	\$ 2,084.07	\$ 25,008.82
AÑO	Pintura	31	251	\$ 32.91	\$ 1,020.10	\$ 12,241.16
5	Carpintería	35	302	\$ 38.39	\$ 1,343.68	\$ 16,124.11
	Diseño y decoración	37	327	\$109.69	\$ 4,058.45	\$ 48,701.38
	Servicios eléctricos	41	377	\$ 21.94	\$ 899.44	\$ 10,793.28
	TOTAL	346	3,279	\$ 279.70	\$12,586.68	\$151,040.10

Elaborado por: El autor

Proyección de Ingresos

5.6. Flujo de Caja

Tabla56. Flujo de caja

		FLUJO DE CAJA					
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	INGRESOS	21,143.	85,650.	106,158	110,359	113,739	151,040
A	OPERACIONALES	69	00	.96	.30	.72	.10
		21,143.					
	Recursos propios	69					
			85,650.	106,158	110,359	113,739	151,040
	Ingresos por venta	-	00	.96	.30	.72	.10
	EGRESOS		66,189.	69,385.	70,086.	70,256.	70,972.
B	OPERACIONALES		74	65	50	88	10
	Materia prima directa		480.00	484.90	489.84	494.84	499.89

		6,000.0	6,061.2	6,123.0	6,185.4	6,248.5
Mano de Obra Directa		0	0	2	8	7
			2,760.0	2,788.1	2,816.5	2,845.3
CIF		230.00	0	5	9	2
		57,679.	58,261.	58,848.	58,904.	59,503.
Gastos de Administración		74	19	57	33	76
		1,800.0	1,818.3	1,836.9	1,855.6	1,874.5
Gastos de Ventas		0	6	1	4	7
FLUJO OPERACIONAL		19,460.	36,773.	40,272.	43,482.	80,068.
C (A-B)		26	31	80	83	00
INGRESOS NO OPERACIONALES		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
D OPERACIONALES		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
EGRESOS NO OPERACIONALES		6,137.2	13,320.	14,588.	15,752.	29,014.
E OPERACIONALES		2	12	58	11	13
Pago de participación de utilidades		2,539.5	5,511.7	6,036.6	6,518.1	12,005.
		4	7	5	2	85
Pago 25% Impuesto a la Renta		3,597.6	7,808.3	8,551.9	9,234.0	17,008.
		8	5	3	0	28
		-	-	-	-	-
FLUJO NO OPERACIONAL(D-E)		6,137.2	13,320.	14,588.	15,752.	29,014.
F OPERACIONAL(D-E)		2	12	58	11	13
FLUJO NETO GENERAL	21,143.	13,323.	23,453.	25,684.	27,730.	51,053.
G (C-F)	69	04	19	22	72	87
(+) DEPRECIACIONES		674.92	674.92	674.92	137.31	137.31
		-	-	-	-	-
FLUJO NETO DE CAJA	21,143.	13,997.	24,128.	26,359.	27,868.	51,191.
J	69	96	11	14	03	18

Elaborado por: El autor

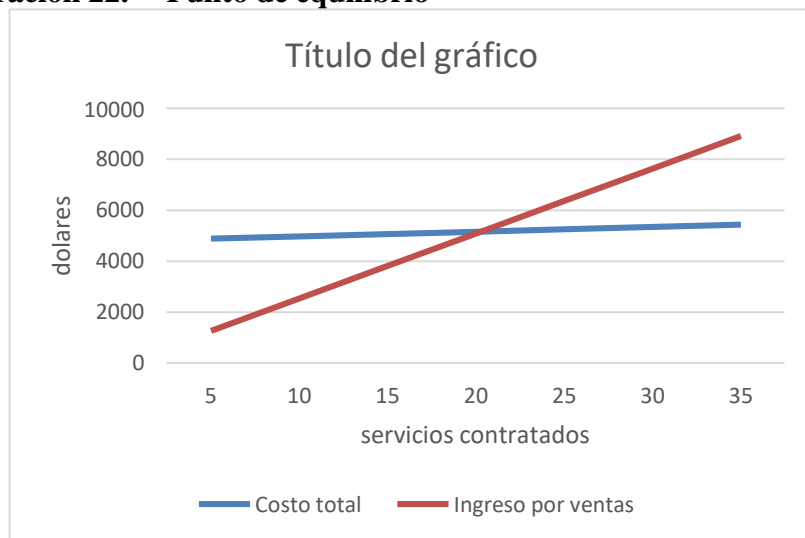
5.7. Punto de equilibrio

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

$$Q_e = \frac{4806.6453}{237}$$

$Q_e = 20$ servicios contratados

Ilustración 22. Punto de equilibrio



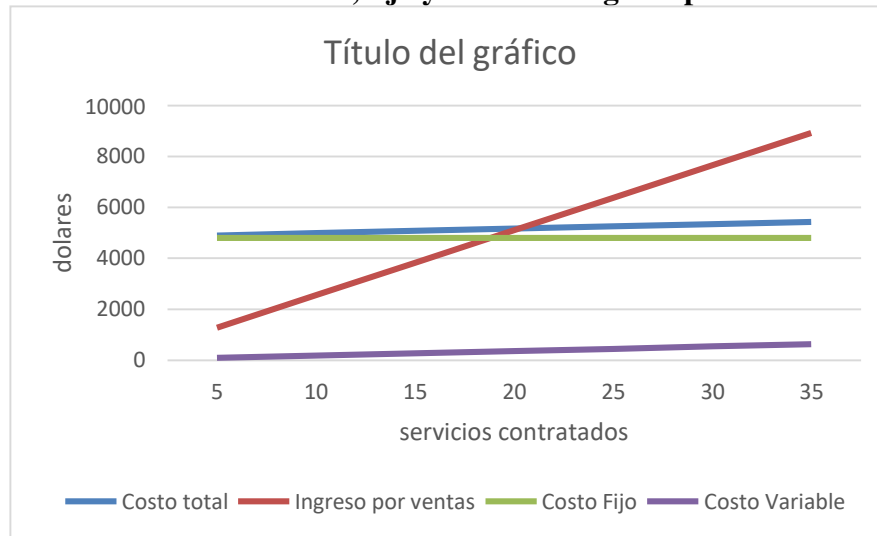
Elaborado por: *El autor*

Ie= ingreso de equilibrio

Ie= Cantidad de equilibrio x Precio Venta Unit

Ie= 5171.71

Ilustración 23. Costo total, fijo y variable: ingreso por ventas



Elaborado por: *El autor*

5.8. Estado de Resultados proyectado

Tabla57. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	82,000.00	106,158.96	110,559.50	115,159.12	151,040.10
COSTO DE VENTAS	9,240.00	9,334.25	9,429.46	9,525.64	9,622.80
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	76,410.00	96,824.71	100,929.84	104,214.08	141,417.30
GASTOS OPERACIONALES	59,479.74	60,079.55	60,685.48	60,759.98	61,378.33
GASTOS ADMINISTRATIVOS	57,679.74	58,261.19	58,848.57	58,904.33	59,503.76
GASTOS DE VENTAS	1,800.00	1,818.36	1,836.91	1,855.64	1,874.57
UTILIDAD OPERACIONAL	16,930.26	36,745.16	40,244.36	43,454.10	80,038.98
15% Participación trabajadores	2,539.54	5,511.77	6,036.65	6,518.12	12,005.85

UTILIDAD POST PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	14,390.72	31,233.39	34,207.71	36,935.99	68,033.13
25% Impuesto a la Renta	3,597.68	7,808.35	8,551.93	9,234.00	17,008.28
UTILIDAD NETA	10,793.04	23,425.04	25,655.78	27,701.99	51,024.85

Elaborado por: El autor

5.9. Evaluación financiera

a) Indicadores

1. Valor Actual Neto

VAN: \$72,679.37

2. Tasa Interna de Retorno

TIR: 94 %

3. Beneficio Costo

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

$$\mathbf{BCR} = \frac{\mathbf{INGRESOS OPERACIONALES}}{\mathbf{EGRESOS OPERACIONALES TOTALES}}$$

$$\mathbf{B/C} = \frac{566,948.08}{425,703.04}$$

$$\mathbf{B/C} = 1.33$$

4. Período de Recuperación

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

Se sugiere la aplicación del siguiente indicador:

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

Tabla58. Período de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACIÓN	0	1	2	3	4	5
	-					
	21,143	13,997	24,128.	26,359.	27,868.	51,191.
FLUJO NETO DE CAJA	.69	.96	11	14	03	18
			1.2818	1.4513	1.6432	1.8604
(1+i) ⁿ		1.1322	7684	4096	0823	4036
	-	-				
FLUJO NETO DE CAJA	21,143	18674.	10919.	16624.	16041.	14979.
ACTUALIZADO	.69	87	89	70	27	26
	-	-	-	-		
FLUJO NETO DE CAJA	21,143	39,818	28,898.	12,273.	3,767.3	18,746.
ACTUALIZADO ACUMULADO	.69	.55	66	96	1	57

Bibliografía

- Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (2014). *Técnicas para Investigar*. Cordoba : Editorial Brujas.
- Amador-Mercado, C. Y. (2022). El análisis PESTEL. *UNO Sapiens*, 1 -2 .
- CECILIA, J. H. (1997). El eslogan publicitario y los efectos comunicativos del juego de la ambigüedad semántica. *Universidad de Castilla-La Mancha*.
- CONGRESO NACIONAL. (22 de 04 de 2022). /www.telecomunicaciones.gob.ec.
Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf>
- D., G. R. (2000). Definición de mercado relevante y políticas de competencia. *THEMIS: Revista de Derecho*, 2.
- derechosintelectuales. (17 de julio de 2022).
<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Ecuador, B. C. (Diciembre 2020). *Medios de pagos electrónicos en pandemia*. Ecuador .
- EKOS. (2021). En 2021, el comercio electrónico mantendrá un crecimiento sostenido en Ecuador. *EKOS*.
- EKOS. (2022). La revolución del comercio electrónico y los servicios digitales es imparable. *REVISTA EKOS*.
- Esparza, J. L. (2020). *enciclopedia universal*. Obtenido de www.enciclopedia_universal.esacademic.com/1522/mercado
- Gawande, A. (2011). *El efecto del Checklist*. Barcelona : Antoni Boch editor S.A.
- GERMÁN, N. E. (diciembre de 2006). Obtenido de UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR : <https://core.ac.uk/download/pdf/11228513.pdf>
- GOBIERNO ECUATORIANO. (15 de julio de 2022). <https://www.gob.ec/>.
Obtenido de <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>
- Latorre Jimenez Fernando, P. E. (2005). Dificultades para la definición del mercado relevante. *E. C.* , 8-10.

- Lazzari, L. L. (2012). LA SEGMENTACION DE MERCADOS MEDIANTE LA APLICACION DE TEORIA DE AFINIDAD. *CUADERNOS DE CIMBAGE* , 27 - 44 .
- LOPEZ, M. P. (2014). Aplicación del flujograma a una pyme y. Bogota.
- PORTER, M. E. (2017). *SER COMPETITIVO*. Barcelona : Artes Gráficas Huertas.
- PRIMICIAS. (1 de FEBRERO de 2020). *PRIMICIAS.COM*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/app-local-encontrar-albaniles-plomeros-electricistas/>
- Salas, E. (2017). EL LOGOTIPO COMO INVERSIÓN CORPORATIVA. *REVISTA CARIBEÑA DE CIENCIAS SOCIALES* , 1 - 7 .
- SAS ECUADOR . (15 de julio de 2022). *sasecuador.com*. Obtenido de https://sasecuador.com/?gclid=CjwKCAjw_b6WBhAQEiwAp4HyIKytuv0RM5rocmPDt6J1ojQe-yZIWv5pF6SbF_x6XiPtptGHeZaa8xoCn0UQAvD_BwE
- Suárez, M. (1 de abril de 2022). *revistagestion.ec*. Obtenido de <https://revistagestion.ec/analisis-economia-y-finanzas/el-pib-de-ecuador-crecio-42-el-ano-pasado-pero-es-de-los-mas-bajos-de>
- Thompson, I. (2005). La Segmentación del Mercado. *promonegocios*.
- Thompson, I. (2005). La Sementación del Mercado. *promonegocios*, 2-3.
- Toro, J. d. (2020). *NORMATIVA EN SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL EN EL ECUADOR*. Quito.
- Vedia, R. F. (17 de julio de 2003). *GESTIOPOLIS*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/sistemas-de-control-y-distribucion-de-ventas/>
- Villarreal, A. (2022). *asobanca.org.ec*. Obtenido de <https://asobanca.org.ec/analisis-economico/perspectivas-favorables-en-entornos-inciertos-para-2022/>