



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

---

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN SERVICIO DE  
LOCKERS EN EL CENTRO DE SAN BLAS EN LA CIUDAD DE QUITO**

---

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

**Autora**

Evelyn Tamara De la Cruz Collaguazo

**Tutor**

Andrés Palacio Fierro, PhD

QUITO – ECUADOR

2023

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


Yo Evelyn Tamara De la Cruz Collaguazo declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN SERVICIO DE LOCKERS EN EL CENTRO DE SAN BLAS 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 22 días del mes de septiembre del 2023 firmo conforme:

Autor: Evelyn Tamara De la Cruz Collaguazo

Firma:   
Número de Cédula: 100416163-2  
Dirección: Pichincha, Quito, San Isidro del Inca  
Correo Electrónico:Emili\_coral@yahoo.com  
Teléfono: 0985675686

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN SERVICIO DE LOCKERS EN EL CENTRO DE SAN BLAS EN LA CIUDAD DE QUITO presentado por Evelyn Tamara Dela Cruz Collaguazo, para optar por el Título de Licenciada en Administración de Empresas

### **CERTIFICO**

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

Quito, 22 de Septiembre del 2023

.....

Andrés Palacio Fierro, PhD

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

Quito, 27 de Septiembre del 2023

---



.....  
Evelyn Tamara Dela Cruz Collaguazo  
1004161632

## **APROBACIÓN LECTORES**

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN SERVICIO DE LOCKERS EN EL CENTRO DE SAN BLAS EN LA CIUDAD DE QUITO, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 22 de Septiembre del 2023

MBA. María Fernanda Becerra Sarmiento  
Lector

Ing. Carlos Borja  
Lector

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a las personas que más han influenciado en mi vida, dándome los mejores consejos, guiándome y haciéndome una persona de bien, con todo mi afecto se lo dedico a mi padre Santiago y a mi hermano Sebastián puesto que han sabido ser mi guía y fortaleza para alcanzar mis metas. Así como también a mi pequeño Giorgian que ha llegado a mi vida para enseñarme a ser las cosas con amor y alcanzar los objetivos que me proponga.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a mis maestros por su enseñanza y por su paciencia al brindarme todos los conocimientos que he adquirido hasta el día de hoy, a mi querida universidad por brindarme óptimos servicios para mi aprendizaje. A mi familia por su apoyo incondicional en mi vida estudiantil.

## INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA .....	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL .....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR .....	iii
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>CAPITULO I .....</b>	<b>2</b>
MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN.....	2
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	2
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	2
<i>Fundamentación del Servicio o Producto.....</i>	<i>2</i>
<i>Características del producto o servicio .....</i>	<i>3</i>
1.3 MERCADO .....	3
<i>Público objetivo de su producto o servicio .....</i>	<i>3</i>
<b>CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS .....</b>	<b>4</b>
<b>ESTUDIO DE SEGMENTACIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>PLAN DE MUESTREO .....</b>	<b>6</b>
<b>INSTRUMENTOS PARA RECOPIRAR INFORMACIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>DISEÑO Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN. ....</b>	<b>8</b>
<b>DESARROLLO DE INSTRUMENTOS .....</b>	<b>8</b>
1.4 DEMANDA POTENCIAL.....	23
<i>Proyección de la demanda.....</i>	<i>24</i>
1.5 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	24
<i>Análisis del micro ambiente.....</i>	<i>24</i>
<i>Análisis del macro ambiente.....</i>	<i>25</i>
<i>Proyección de la oferta. ....</i>	<i>26</i>
1.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	27
1.7 DISEÑO DE MARCA (BRANDING).....	27
1.8 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	28
1.9 PLAN DE COMUNICACIÓN.....	29
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>30</b>
OPERACIONES .....	30
2.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO .....	30
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	30
<i>Descripción de instalaciones, equipos y personas. ....</i>	<i>32</i>
<i>Factores que afectan las operaciones.....</i>	<i>37</i>
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	37
<i>Capacidad de Producción Futura. ....</i>	<i>37</i>
2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN .....	38
<i>Especificación de materias primas y grado de sustitución.....</i>	<i>38</i>
2.5 CALIDAD .....	39
<i>Método de Control de Calidad. ....</i>	<i>39</i>
2.6 NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO .....	39
<i>Seguridad e higiene ocupacional .....</i>	<i>39</i>



<b>CAPITULO III .....</b>	<b>41</b>
<b>ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....</b>	<b>41</b>
3.1    OBJETIVO DEL CAPÍTULO .....	41
3.2    ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS .....	41
<b>VISIÓN DE LA EMPRESA .....</b>	<b>41</b>
<b>MISIÓN DE LA EMPRESA .....</b>	<b>41</b>
<b>OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS.....</b>	<b>41</b>
3.3    ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA .....	44
<i>Organización Interna .....</i>	<i>44</i>
<b>ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL .....</b>	<b>44</b>
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL .....</b>	<b>44</b>
3.4    DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.....	44
3.5    CONTROL DE GESTIÓN .....	50
<i>Indicadores de gestión .....</i>	<i>50</i>
<i>Necesidades De Personal .....</i>	<i>51</i>
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>52</b>
<b>JURÍDICO LEGAL.....</b>	<b>52</b>
4.1OBJETIVOS DEL CAPÍTULO .....	52
4.2DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA .....	52
4.3REGISTROS DE MARCAS .....	53
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>55</b>
<b>EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>55</b>
5.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	55
5.2 PLAN DE INVERSIONES .....	55
5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	57
<i>Mano de Obra.....</i>	<i>57</i>
<i>Depreciación .....</i>	<i>59</i>
<i>Proyección de la depreciación.....</i>	<i>60</i>
<i>Detalle de Costos .....</i>	<i>61</i>
<i>Proyección de Costos .....</i>	<i>62</i>
<i>Detalle de Gastos.....</i>	<i>63</i>
<i>Proyección Gastos.....</i>	<i>64</i>
5.4    PLAN DE FINANCIAMIENTO .....	65
<i>Forma de financiamiento.....</i>	<i>65</i>
5.5    CÁLCULO DE INGRESOS.....	66
<i>Proyección de Ingresos .....</i>	<i>67</i>
5.6    PUNTO DE EQUILIBRIO.....	68
5.7    ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	70
5.8    FLUJO DE CAJA .....	71
5.9    EVALUACIÓN FINANCIERA .....	72
<i>Indicadores .....</i>	<i>72</i>
<b>VALOR ACTUAL NETO VAN.....</b>	<b>72</b>
<b>TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....</b>	<b>73</b>
<b>BENEFICIO COSTO .....</b>	<b>74</b>
<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN .....</b>	<b>75</b>

**REFERENCIAS ..... 76**

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.	CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.....	3
TABLA 2.	CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS.....	4
TABLA 3.	DIMENSION CONDUCTUAL.....	5
TABLA 4.	DIMENSION GEOGRAFICA.....	5
TABLA 5.	DIMENSION DEMOGRÁFICA .....	5
TABLA 6.	MÉTODOS DE RECOLECCIÓN.....	7
TABLA 7.	MÉTODOS DE RECOLECCIÓN.....	7
TABLA 8.	PREGUNTA N°1.....	10
TABLA 9.	PREGUNTA N°2.....	11
TABLA 10.	PREGUNTA N°3 .....	12
TABLA 11.	PREGUNTA N°4 .....	13
TABLA 12.	PREGUNTA N°5 .....	14
TABLA 13.	PREGUNTA N°6 .....	15
TABLA 14.	PREGUNTA N°7 .....	16
TABLA 15.	PREGUNTA N°8 .....	17
TABLA 16.	PREGUNTA N°9 .....	18
TABLA 17.	PREGUNTA N°10 .....	19
TABLA 18.	PREGUNTA N°11 .....	20
TABLA 19.	PREGUNTA N°12 .....	21
TABLA 20.	IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA .....	22
TABLA 21.	TENDENCIA DE LA DEMANDA .....	23
TABLA 22.	DEMANDA POTENCIAL EN SERVICIOS.....	23
TABLA 23.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	24
TABLA 24.	MATRIZ DE ANÁLISIS DE FUERZAS DE PORTER.....	25
TABLA 25.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	25
TABLA 26.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA .....	26
TABLA 27.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL DE INSATISFECHA .....	27
TABLA 28.	PLAN DE COMUNICACIÓN .....	29
TABLA 29.	DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS.....	33
TABLA 30.	PROCESO OPERACIONAL.....	36
TABLA 31.	FACTORES QUE AFECTAN LAS OPERACIONES .....	37
TABLA 32.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN FUTURA .....	37

<b>TABLA 33.</b>	<b>ESPECIFICACIÓN DE MATERIAS PRIMAS Y GRADO DE SUSTITUCIÓN.....</b>	<b>38</b>
<b>TABLA 34.</b>	<b>EXPECTATIVAS.....</b>	<b>42</b>
<b>TABLA 35.</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO GERENTE .....</b>	<b>45</b>
<b>TABLA 36.</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CONTADOR.....</b>	<b>46</b>
<b>TABLA 37.</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO VENTAS.....</b>	<b>47</b>
<b>TABLA 38.</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE LIMPIEZA .....</b>	<b>48</b>
<b>TABLA 39.</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE SERVICIO AL CLIENTE .....</b>	<b>49</b>
<b>TABLA 40.</b>	<b>INDICADORES DE GESTION.....</b>	<b>50</b>
<b>TABLA 41.</b>	<b>NECESIDADES DEL PERSONAL.....</b>	<b>51</b>
<b>TABLA 42.</b>	<b>PLAN DE INVERSIONES .....</b>	<b>55</b>
<b>TABLA 43.</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO .....</b>	<b>56</b>
<b>TABLA 44.</b>	<b>ROL DE PAGOS.....</b>	<b>57</b>
<b>TABLA 45.</b>	<b>ROL DE PAGOS.....</b>	<b>58</b>
<b>TABLA 46.</b>	<b>CALCULO DE LAS DEPRECIACIONES.....</b>	<b>59</b>
<b>TABLA 47.</b>	<b>PROYECCION DE LA DEPRECIACION.....</b>	<b>60</b>
<b>TABLA 48.</b>	<b>DETALLES DE COSTOS .....</b>	<b>61</b>
<b>TABLA 49.</b>	<b>PROYECCIÓN DE COSTOS .....</b>	<b>62</b>
<b>TABLA 50.</b>	<b>DETALLE DE GASTOS .....</b>	<b>63</b>
<b>TABLA 51.</b>	<b>PROYECCIÓN DE GASTOS.....</b>	<b>64</b>
<b>TABLA 52.</b>	<b>PLAN DE FINANCIAMIENTO .....</b>	<b>65</b>
<b>TABLA 53.</b>	<b>CÁLCULO DEL INGRESO ANUAL .....</b>	<b>66</b>
<b>TABLA 54.</b>	<b>PROYECCIÓN DE INGRESOS.....</b>	<b>67</b>
<b>TABLA 55.</b>	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO .....</b>	<b>68</b>
<b>TABLA 56.</b>	<b>COSTO DE VALOR UNITARIO.....</b>	<b>69</b>
<b>TABLA 57.</b>	<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....</b>	<b>70</b>
<b>TABLA 58.</b>	<b>FLUJO DE CAJA .....</b>	<b>71</b>
<b>TABLA 59.</b>	<b>TASA DE DESCUENTO .....</b>	<b>72</b>
<b>TABLA 60.</b>	<b>TASA DE DESCUENTO .....</b>	<b>72</b>
<b>TABLA 61.</b>	<b>CALCULO DEL VAN .....</b>	<b>73</b>
<b>TABLA 62.</b>	<b>CALCULO DEL TIR.....</b>	<b>73</b>
<b>TABLA 63.</b>	<b>BENEFICIO COSTO.....</b>	<b>74</b>
<b>TABLA 64.</b>	<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN .....</b>	<b>75</b>
<b>TABLA 65.</b>	<b>EQUIVALENCIA DE TIEMPO .....</b>	<b>75</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA 1.</b>	<b>CROQUIS DEL ESTUDIO DE SEGMENTACIÓN.</b> .....	<b>4</b>
<b>FIGURA 2.</b>	<b>PREGUNTA N°1</b> .....	<b>10</b>
<b>FIGURA 3.</b>	<b>PREGUNTA N°2</b> .....	<b>11</b>
<b>FIGURA 4.</b>	<b>PREGUNTA N°3</b> .....	<b>12</b>
<b>FIGURA 5.</b>	<b>PREGUNTA N°4</b> .....	<b>13</b>
<b>FIGURA 6.</b>	<b>PREGUNTA N°5</b> .....	<b>14</b>
<b>FIGURA 7.</b>	<b>PREGUNTA N°6</b> .....	<b>15</b>
<b>FIGURA 8.</b>	<b>PREGUNTA N°7</b> .....	<b>16</b>
<b>FIGURA 9.</b>	<b>PREGUNTA N°8</b> .....	<b>17</b>
<b>FIGURA 10.</b>	<b>PREGUNTA N°9</b> .....	<b>18</b>
<b>FIGURA 11.</b>	<b>PREGUNTA N°10</b> .....	<b>19</b>
<b>FIGURA 12.</b>	<b>PREGUNTA N°11</b> .....	<b>20</b>
<b>FIGURA 13.</b>	<b>PREGUNTA N°12</b> .....	<b>21</b>
<b>TABLA 27.</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL DE INSATISFECHA</b> .....	<b>27</b>
<b>FIGURA 14.</b>	<b>LOGO TIPO</b> .....	<b>27</b>
<b>FIGURA 15.</b>	<b>ESTRATEGIAS DE MARKETING</b> .....	<b>28</b>
<b>FIGURA 16.</b>	<b>MAPA DE PROCESOS</b> .....	<b>30</b>
<b>FIGURA 17.</b>	<b>FLUJO GRAMA</b> .....	<b>31</b>
<b>FIGURA 18.</b>	<b>ANÁLISIS FODA</b> .....	<b>41</b>
<b>FIGURA 19.</b>	<b>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</b> .....	<b>43</b>
<b>FIGURA 20.</b>	<b>ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL</b> .....	<b>44</b>
<b>FIGURA 21.</b>	<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b> .....	<b>44</b>

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS**  
**CARRERA ADMISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN SERVICIO  
DE LOCKERS EN EL CENTRO DE SAN BLAS EN LA CIUDAD DE QUITO**

**AUTOR:** Evelyn Tamara Dela cruz

Collaguazo

**TUTOR:** Andrés Palacio Fierro, PhD

**RESUMEN EJECUTIVO**

El aumento de la delincuencia en el Ecuador es una problemática fuerte que a lo largo de estos dos últimos años ha ido en aumento debido al mal gobierno que se presenta en la actualidad y a los factores que estos representan que son, la alta tasa de desempleo y el aumento en los valores de primera necesidad llevando así a las personas de bajos recursos a la pobreza. Por lo que se ha decidido emplear el siguiente plan de negocios el cual es la elaboración de un servicio que se enfocara principalmente en brindar un paseo a las personas residentes dela ciudad de Quito y turistas que con frecuencia visitan nuestro centro turístico con la finalidad de conocer un poco sobre nuestra cultura eh historia. El proyecto se forma con la determinación del mercado mismo que está dirigido en la poblacion de la parroquia de San Blas Ubicada en el Centro Histórico de Quito, el grupo objetivo personas mayores de 18 a 70 Años. Se aplicó una encuesta donde se determina la aceptación del servicio con el 96% de personas. Con estos antecedentes se determinó la demanda, oferta y demanda insatisfecha del mercado verificando la existencia de un segmento importante a satisfacer. Se definió la capacidad productiva, instalaciones, equipos, personas, inventarios y demás requerimientos para iniciar el proyecto; así como el tipo de empresa bajo la figura de una sociedad por Acciones Simplicadas(SAS).

Finalmente, se realizó un análisis financiero que determina la viabilidad del proyecto, de acuerdo a los indicadores financieros del VAN con \$33.139.54, TIR 42.97%., costo beneficio de 1.27

**DESCRIPTORES:** Delincuencia, Factores, Plan de negocios, Servicio.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS**  
**CARRERA ADMISTRACION DE EMPRESAS**

**THEME:** SUBJECT: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A SERVICE OF LOCKERS IN THE CENTER OF SAN BLAS IN THE CITY OF QUITO

**AUTHOR:** Evelyn Tamara De la Cruz

**TUTOR:** Andrés Palacio Fierro, PhD

**ABSTRACT**

The increase in crime in Ecuador is a strong problem that over the last two years has been increasing due to the bad government that is present at present and the factors that these represent, which are the high unemployment rate and the increase in basic necessities, thus leading low-income people to poverty. Therefore, it has been decided to use the following business plan, which is the development of a service that will focus mainly on providing a tour to residents of the city of Quito and tourists who frequently visit our tourist center in order to learn a little about our culture and history. The project is formed with the determination of the market itself that is directed in the population of the parish of San Blas Located in the Historic Center of Quito, the target group is people over 18 to 70 years old. A survey was applied where the acceptance of the service is determined with 96%. With this background, the demand, supply and unsatisfied demand of the market was determined, verifying the existence of an important segment to satisfy. The productive capacity, facilities, equipment, people, inventories and other requirements to start the project were defined; as well as the type of company under the figure of a Simplicity Share Company (SAS). Finally, a financial analysis was carried out that determines the viability of the project, according to the financial indicators of the NPV with \$33.139.54 IRR 42.97%, cost benefit of 1.27

**KEYWORDS:** Delinquency, Factors, Business plan, Service.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente existe un alto índice de delincuencia organizada, todo esto se debe a los diferentes factores como uno de los principales la pobreza, el incremento de desempleo y el aumento en los productos de primera necesidad, con estas condiciones se ven obligados a recurrir al crimen por una forma de sobrevivir.

El presente trabajo propone un plan de negocios para la creación de un servicio que se enfoque principalmente en brindar un paseo más cómodo a los turistas que con frecuencia visitan nuestros centros turísticos con la finalidad de conocer un poco más sobre nuestra cultura eh historia.

El contenido en este plan de negocios está compuesto por lo siguiente.

Capítulo 1, Se realiza el estudio de mercado en base a la segmentación geográfica, demográfica y conductual con la finalidad de conocer a través de una encuesta la muestra de nuestro cliente objetivo.

Capítulo 2, Se desarrolla la estructura del proyecto, capacidad operativa y la materia prima a utilizar. Es decir, todo lo que tiene que ver con los procesos de producción del producto, instalaciones, los métodos de calidad a utilizar y Factores que afectan las operaciones de elaboración de esta.

Capítulo 3, En este se determina la cultura organizacional de la empresa tanto la misión, como visión, se definirá la estructura organizacional, el análisis de sus fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas para crear objetivos a futuro.

Capítulo 4, En este capítulo se toma en cuenta la parte legal y los requisitos que se necesitan para la actividad de la empresa.

Capítulo 5, Se realiza el estudio financiero mediante proyecciones, se realiza un análisis de indicadores financieros, con la finalidad de establecer la cantidad de recursos económicos para realizar el proyecto, también nos ayuda a constatar el grado de liquidez y medir su viabilidad.



# **CAPITULO I**

## **Mercado y Comercialización**

### **1.1 Objetivo del Capítulo**

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a ofrecer el servicio de lockers en el sector del Centro histórico de Quito con la finalidad de brindar comodidad y seguridad a los turistas en la ciudad de Quito.

### **1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio**

#### **Fundamentación del Servicio o Producto.**

Durante los últimos años la seguridad ha sido uno de los problemas a solucionar en Ecuador, la delincuencia organizada ha ido aumentando de manera peligrosa y parece no tener fin.

El último semestre la ciudad de Quito está experimentando un aumento en la delincuencia, los habitantes de la ciudad reportan que son víctimas del hampa en cualquier lugar. Según Víctor Herrera, comandante de la Policía del DMQ, del 100% de robos en la ciudad, el 66% son causadas por la violencia criminal. (Heraldo, 2023)

Se reconoce que hay un aumento importante en la delincuencia común y en la delincuencia organizada, tanto en Quito como en el resto del país. Según Datos informativos de la policía estos han ido en aumento después de la pandemia del covid-19 debido a una baja en la economía del país.

El presente trabajo de titulación se enfoca principalmente en brindar un paseo más cómodo a los turistas que con frecuencia visitan nuestros centros turísticos con la finalidad de conocer un poco más sobre nuestra cultura eh historia.

### **Características del producto o servicio**

Elaborar e implementar un servicio de casilleros de alquiler que facilite y brinde las características de comodidad y seguridad para nuestros usuarios o futuros clientes.

A continuación, en la tabla uno se describen las principales características y ventajas de nuestro producto.

**Tabla 1. Características del servicio.**

<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>VENTAJAS</b>
<b>CASILLEROS DE ACERO</b>	Mayor Seguridad que otro tipo de casilleros
<b>CANDADO CON HUELLA DIGITAL</b>	Solo puede abrir el cliente
<b>APERTURA DEL LOCAL EL LUNES A DOMINGO</b>	Mayor conveniencia
<b>GARANTÍA AL 100 %</b>	Restitución al 100% en caso de perdida

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la cruz Evelyn Tamara

### **1.3 Mercado**

#### **Público objetivo de su producto o servicio**

Nuestro público objetivo va dirigido para personas desde los 18 a los 70, con genero indistinto y especialmente a turistas locales, nacionales e internacionales. Cabe considerar que se iniciará el enfoque en la zona centro de Quito en el sector de San Blas, ya que es uno de los lugares que cuenta con mayores atractivos turísticos en sus alrededores, en cuanto al precio asilaría entre los 0,75 centavos hasta los 4 dólares dependiendo del tamaño de sus pertenecías.

Con este servicio se pretende suplir las necesidades de seguridad y comodidad manteniendo los principios y valores de la ética y sana convivencia

## Categorización de sujetos

**Tabla 2. Categorización de sujetos**

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Turistas y residentes de la ciudad de Quito en el sector centro norte.
¿Quién usa?	Personas con la necesidad de guardar pertenencias.
¿Quién decide?	Clientes interesados en el servicio.
¿Quién influye?	Recomendaciones de boca a boca y reseñas.

Fuente: investigación propia

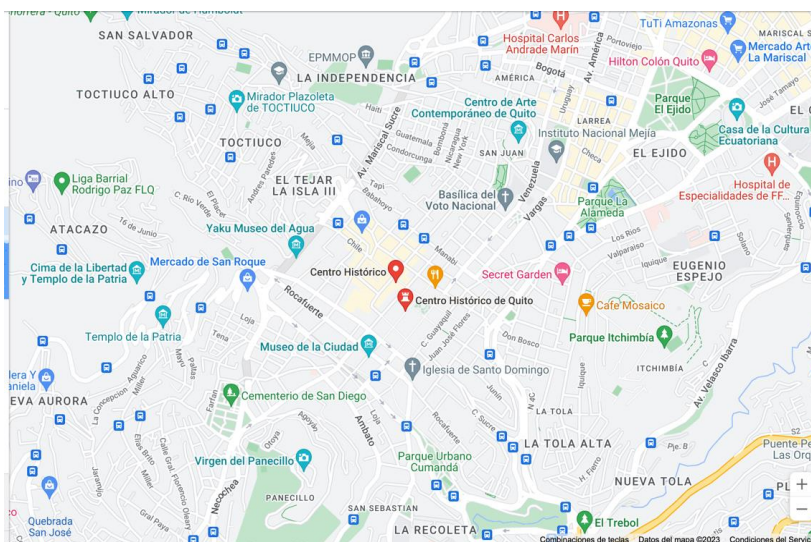
Elaborado por: De la Cruz Evelyn Tamara

## Estudio de Segmentación

El mercado objetivo se encuentra ubicado en el Centro de la Ciudad de Quito en la parroquia de San Blas la cual se observa en la figura 1

Se tomará una muestra de la población de la parroquia de San Blas que se encuentra Ubicada en el Centro de la Ciudad de Quito, con una población de 170.146 habitantes el cual será nuestro mercado objetivo

**Figura 1. Croquis del estudio de segmentación.**



Fuente: Google Mapas 2023

Elaborado por: De la Cruz Evelyn Tamara

Con respecto a la Tabla 3 se detalla la Dimensión Conductual la cual hace referencia a las conductas.

**Tabla 3. DIMENSION CONDUCTUAL**

VARIABLE	DESCRIPCION
<b>TIPO DE NECESIDAD:</b>	<b>SEGURIDAD</b>
<b>TIPO DE COMPRA:</b>	<b>COMPARACION</b>
<b>RELACION CON LA MARCA:</b>	<b>NO</b>
<b>ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:</b>	<b>POSITIVA</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

En cuanto a la Tabla 4 se detalla la Dimensión Geográfica la cual determina los modos en que se organiza los datos según el mapa.

**Tabla 4. DIMENSION GEOGRAFICA**

VARIABLE	DESCRIPCION	No Habitantes
<b>PAÍS</b>	Ecuador	<b>17.510.643</b>
<b>REGIÓN</b>	Sierra	<b>7.847.136</b>
<b>CIUDAD URBANA</b>	Quito	<b>2.827.106</b>
<b>PARROQUIA</b>	Centro histórico de quito	<b>487.000</b>
<b>SECTOR</b>	San Blas	<b>170.146</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

En cuanto a la Tabla 5 se detalla la Dimensión Demográfica la cual nos ayuda a segmentar nuestro mercado ayudándonos a obtener nuestro público objetivo.

**Tabla 5. DIMENSION DEMOGRÁFICA**

VARIABLE	DESCRIPCION	No HABITANTES
EDAD	18-70	107.570
NIVEL DE INGRESOS	Medio bajo- hasta el alto	37.448
TURISTAS	Nacionales e Internacionales	352.661
TOTAL	Turistas más residentes	389.999

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### ***Plan de muestreo***

Se determinará el universo de los sujetos a ser investigados, utilizando el sistema de cálculo afín a su producto o servicio en estudio.

El presente plan se lleva a cabo en base a la población de clientes potenciales de 18 a 70 años que sean turistas y residentes al centro al centro histórico de Quito.

Para medir el universo de nuestro público objetivo a analizar y encuestar se ha implementado la fórmula finita para fijar el número de encuestas a aplicar y de esta manera alcanzar resultados precisos.

$N=37,448$  (universo)

$Z=1,96$ (nivel de confianza)

$P=0,5$  (probabilidad de que ocurra el evento)

$q=0,5$  (probabilidad de que no ocurra el evento)

$e=5\%$  (error de estimación. Máximo aceptado)

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

$$n = \frac{37,448 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (37,448 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 380$$

Mediante este cálculo se puede determinar que las personas a encuestas son 384 que se determinará encuestando a las personas residentes del centro histórico de Quito

### *Instrumentos para recopilar información*

**Tabla 6. MÉTODOS DE RECOLECCIÓN**

**Objetivo Específico:** Determinar el mercado potencial utilizando las herramientas necesarias para poder identificar el mercado en el cual se comercializará el producto.

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuente</b>	<b>Instrumentos</b>
Determinar cuántos turistas visitan el centro histórico de Quito.	Secundario	Quito en cifras/estadísticas del turismo	Base de datos
Determinar la preferencia de los consumidores con nuestro servicio.	Primario	Público objetivo	Encuestas
Determinar cuánto estaría dispuesto a pagar el Cliente por el servicio.	Primario	Público objetivo	Encuestas
Determinar Tamaños de casilleros a utilizar.	Primario	Público objetivo	Encuestas
Identificar las preferencias del consumidor.	Primario	Público objetivo	Encuestas
Identificación de la competencia.	Primario	Público objetivo	Encuestas

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Objetivo estratégico:** determinar las necesidades primordiales para suplir las necesidades de los servicios de seguridad y confort.

**Tabla 7. MÉTODOS DE RECOLECCIÓN**

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
Determinar los estándares de seguridad a ofrecer.	Primario	internet	Revisión bibliográfica
Factores críticos para el sector.	Secundario	internet	Revisión bibliográfica

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Diseño y recolección de información.**

El propósito de este negocio es, ayudar a las personas a caminar en las calles de Quito con tranquilidad, el servicio que ofrece este negocio es brindar la seguridad y el confort para lo cual se realizó encuestas con 12 preguntas formuladas específicamente para obtener información y analizar la factibilidad de dicho servicio.

#### *Desarrollo de instrumentos*

### **Información Primaria**

Se emplea el método de investigación cuantitativo es decir la encuesta; en la población de la parroquia de San Blas, en el centro de la ciudad de Quito y así determinar los clientes interesados para brindar el servicio.

## **ENCUESTA PARA IMPLEMENTAR UN SERVICIO DE LOCKERS EN EL CENTRO TURISTICO DE SAN BLAS DE LA CIUDAD DE QUITO**

### **Objetivo:**

Obtener conocimientos específicos de un mercado objetivo, como lo que perciben y opinan sobre el servicio para una buena administración.

### **Instrucción:**

Ayúdanos a recopilar información, esto con el objetivo de implementar un servicio que pueda satisfacer tus necesidades.

1.- ¿Visita usted el Centro Histórico de Quito?

Si

No

2.- ¿Usted con qué frecuencia visita el Centro Histórico de Quito?

Semestral

Mensual

Trimestral

Semestral

Anual

3.- ¿Usted suele realizar compras al momento de visitar el Centro Histórico de Quito?

Si

No

4.- ¿Cuando usted realiza compras le gustaría tener un lugar para dejar lo adquirido o sus pertenencias para seguir visitando el Centro histórico de Quito?

Si

No

5.- ¿Conoce usted acerca de un servicio de lockers o similar a este?

Si

No

6.- ¿Qué tamaño de lockers le gustaría?

Mini casilleros para celulares

Casilleros pequeños

Casilleros medianos

Casilleros grande

Casilleros gigante

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar la hora por este servicio?

de \$0,49 a \$2,50 la hora

de \$0,75 a \$3 la hora

de \$ 0,99 a \$3,50 la hora

de \$1,25 a \$4 la hora

8.- ¿le gustaría que este servicio ofrezca un paquete de precios por día?

Si

No

9.- ¿Le gustaría que dicho servicio cuente con wi-fi, cámaras de seguridad, asociación con cooperativa de taxis, puntos de información sobre la zona y diversos cargadores en caso de que lo necesitara?

Si

No

10.- ¿Por qué medio le gustaría enterarse de este servicio?

Radio

Volantes

Redes sociales (Facebook, Instagram, twitter, Tik Tok)

Televisión

11.- ¿Usaría un servicio de lockers al momento de realizar sus actividades que le recuerde recoger su equipaje a través de una app?



Si

No

12.- ¿Confiaría en este servicio de encargo por casilleros?

Si

No

### Análisis e interpretación

¿Visita usted el Centro Histórico de Quito?

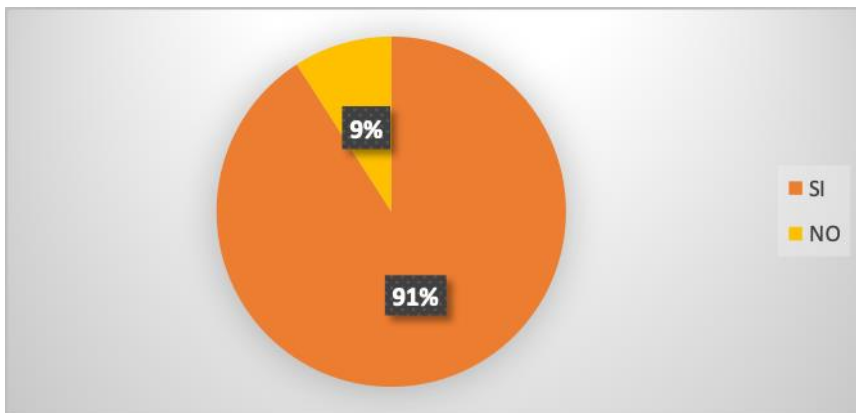
**Tabla 8. PREGUNTA N°1**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	345	91%
NO	35	9%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la cruz Evelyn Tamara

**Figura 2. PREGUNTA N°1**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### Análisis e interpretación:

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar que el 91% es decir 345 personas visitan al año el centro histórico de la Ciudad de Quito, mientras el 9% es decir 35 personas no visitan en el año el centro histórico de la ciudad de Quito. Los resultados nos muestran que un porcentaje mayor de la mitad, son resultados positivos para ofertar el servicio.

¿Usted con qué frecuencia visita el Centro Histórico de Quito?

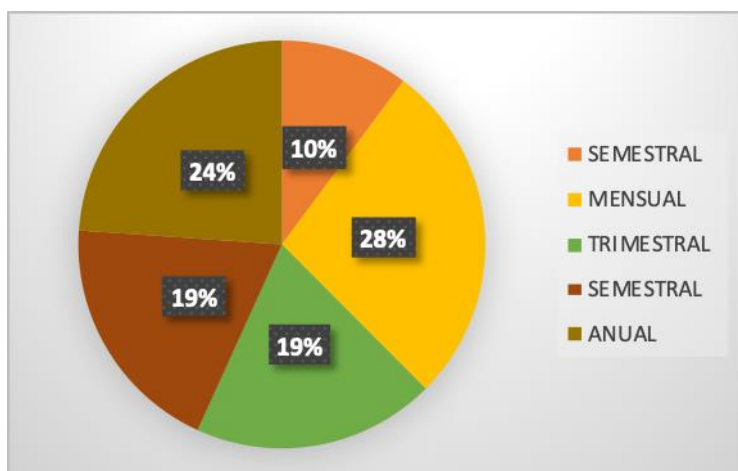
**Tabla 9. PREGUNTA N°2**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SEMANTAL	39	10%
MENSUAL	104	27%
TRIMESTRAL	73	19%
SEMESTRAL	73	19%
ANUAL	91	24%
TOTAL	380	100%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Figura 3. PREGUNTA N°2**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Análisis e interpretación:**

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar la frecuencia con la que las personas visitan el centro Histórico de Quito siendo semanal 10% con 39 personas, mensualmente 27% con 104 personas, trimestral y semestral con 19% representando a las 73 personas y finalmente anual con 24% con 91 personas. Los resultados nos muestran que las personas visitan con más frecuencia mensualmente el centro histórico.

¿Usted suele realizar compras al momento de visitar el Centro Histórico de Quito?

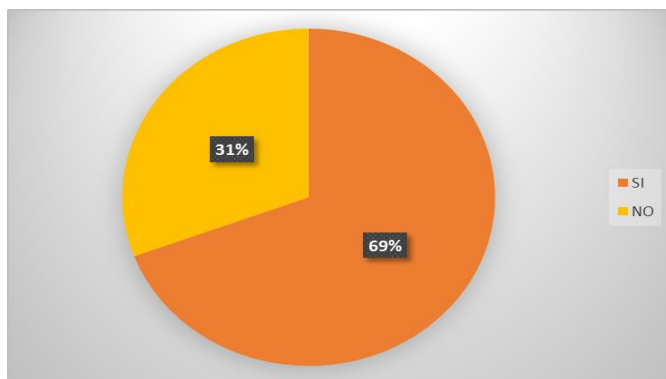
**Tabla 10. PREGUNTA N°3**

opciones	frecuencia	porcentaje
SI	263	69%
NO	117	31%
TOTAL	380	100%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Figura 4. PREGUNTA N°3**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

#### **Análisis e interpretación:**

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar que 263 con el 69% como mayoría al momento de salir a visitar el centro histórico de Quito suele hacer sus compras a diferencia de las 117 personas con el 31% que no las realizan. Ayudándonos a saber que un gran porcentaje de personas al momento de visitar el centro histórico de Quito realiza compras.

¿Cuándo usted realiza compras le gustaría tener un lugar para dejar lo adquirido o sus pertenencias para seguir visitando el Centro histórico de Quito?

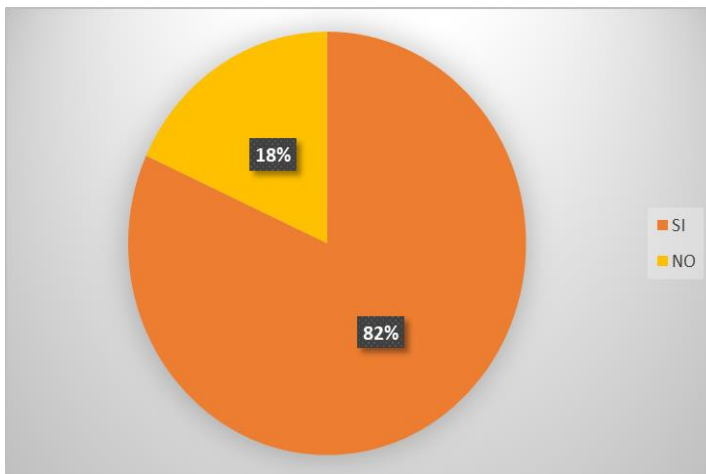
**Tabla 11. PREGUNTA N°4**

opciones	frecuencia	porcentaje
SI	311	82%
NO	69	18%
TOTAL	380	100%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Figura 5. PREGUNTA N°4**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Análisis e interpretación:**

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar que 311 personas con el 82% como mayoría realizan compras al momento de visitas el centro histórico de Quito y 69 representando el 18% no realizan compras. Este dato nos ayuda a saber el porcentaje de gente que usaría el servicio al momento de visitar el centro de Quito y realizar sus compras.

¿Conoce usted acerca de un servicio de lockers o similar a este?

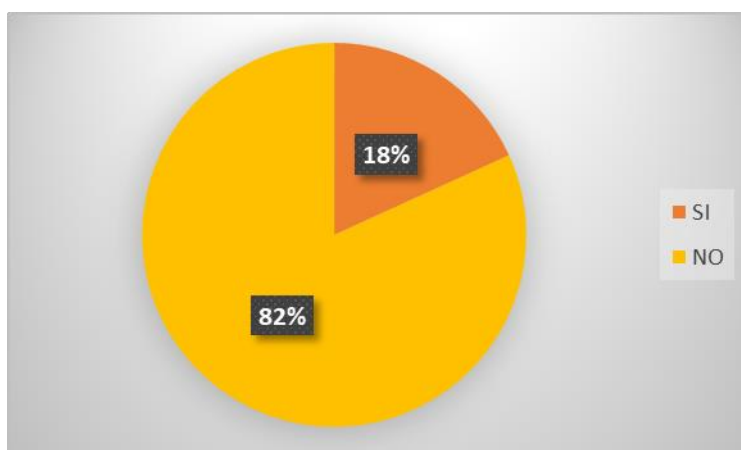
**Tabla 12. PREGUNTA N°5**

opciones	frecuencia	porcentaje
SI	69	18%
NO	311	82%
TOTAL	380	100%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Figura 6. PREGUNTA N°5**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Análisis e interpretación:**

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar que 211 con el 82% no conocen sobre un producto igual en el mercado y mientras que el 69 con el 18% conocen sobre la competencia esto nos ayuda a saber q cantidad de nuestros encuestados conocen sobre un servicio similar al que se va a ofrecer.

¿Qué tamaño de lockers le gustaría?

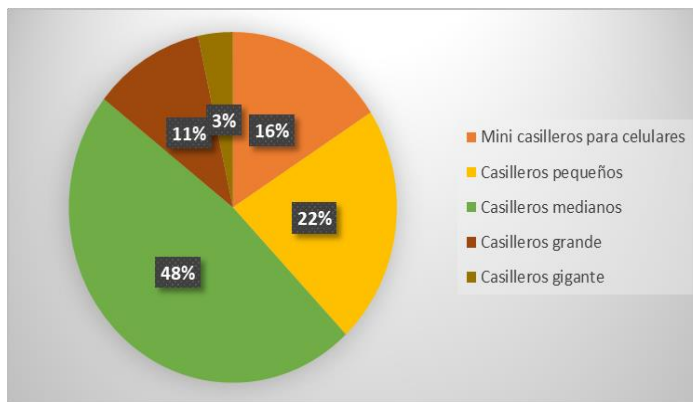
**Tabla 13. PREGUNTA N°6**

opciones	frecuencia	porcentaje
Mini casilleros para celulares	60	16%
Casilleros pequeños	84	22%
Casilleros medianos	181	48%
Casilleros grande	42	11%
Casilleros gigante	13	3%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Figura 7. PREGUNTA N°6**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Análisis e interpretación:**

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar que 181 personas con el 48% eligen los casilleros medianos, 60 personas con el 16% eligen pequeños, 60 personas con el 16% los pequeños para celular, 42 personas con el 11% eligen casilleros grandes y 13 con el 3% los gigantes. Este dato ayuda a escoger la medida de casilleros que emplear para iniciar con el servicio.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar la hora por este servicio?

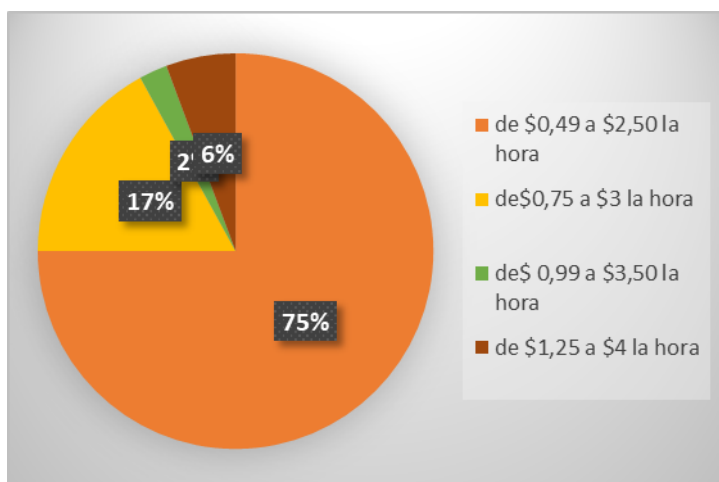
**Tabla 14. PREGUNTA N°7**

opciones	frecuencia	porcentaje
de \$0,49 a \$2,50 la hora	285	75%
de \$0,75 a \$3 la hora	65	17%
de \$ 0,99 a \$3,50 la hora	9	2%
de \$1,25 a \$4 la hora	22	6%
TOTAL	380	100%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Figura 8. PREGUNTA N°7**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Análisis e interpretación:**

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar que 285 con el 75% de personas eligen los \$0,49 a \$2,50 la hora, 65 personas con el 17 % eligiendo \$0,75 a \$3 la hora, 22 personas con el 6% \$ 0,99 a \$3,50 la hora y los 9 personas de \$ 0,99 a \$3,50 la hora así ayudando a saber el precio que podemos establecer para iniciar el funcionamiento del servicio.

¿Le gustaría que este servicio ofrezca un paquete de precios por día?

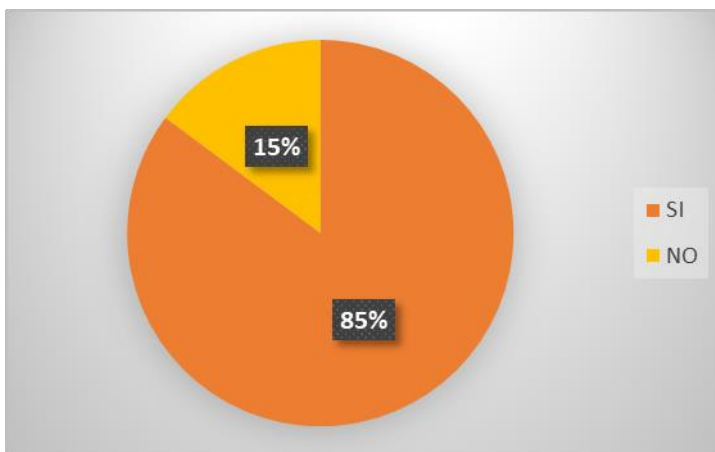
**Tabla 15. PREGUNTA N°8**

opciones	frecuencia	porcentaje
SI	324	85%
NO	56	15%
TOTAL	380	100%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Figura 9. PREGUNTA N°8**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Análisis e interpretación:**

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar que 324 personas con el 85% les gustaría un paquete de precios por día y 56 personas con el 15% no, ayudándonos a saber que podríamos establecer un paquete de precios para las personas interesadas en usar por mucho tiempo del servicio.



¿Le gustaría que dicho servicio cuente con Wi-fi, cámaras de seguridad, asociación con cooperativa de taxis, puntos de información sobre la zona y diversos cargadores en caso de que lo necesitara?

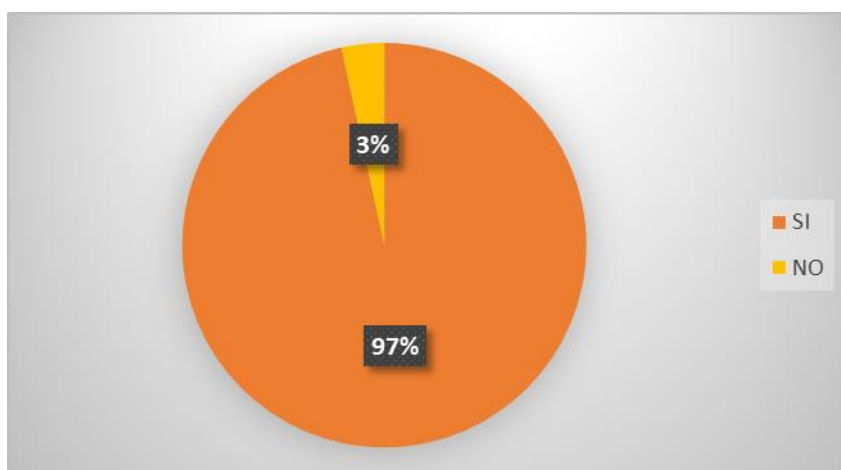
**Tabla 16. PREGUNTA N°9**

opciones	frecuencia	porcentaje
SI	367	97%
NO	13	3%
TOTAL	380	100%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Figura 10. PREGUNTA N°9**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Análisis e interpretación:**

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar que 367 personas con el 97% le gustaría que dicho servicio cuente con Wi-fi, cámaras de seguridad, asociación con cooperativa de taxis, puntos de información sobre la zona y diversos cargadores, mientras 13 personas con el 3% no les importa. Este dato nos ayuda a saber que la idea implantar servicios extras nos ayudara a q nuestro cliente se sienta a gusto.

¿Por qué medio le gustaría enterarse de este servicio?

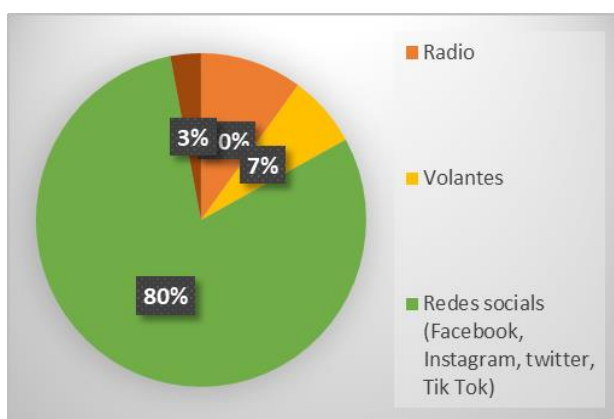
**Tabla 17. PREGUNTA N°10**

opciones	frecuencia	porcentaje
Radio	38	10%
Volantes	27	7%
Redes sociales (Facebook, Instagram, twitter, Tik Tok)	304	80%
Televisión	11	3%
TOTAL	380	100%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Figura 11. PREGUNTA N°10**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Análisis e interpretación:**

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar que 27 personas con el 7% les gustaría enterarse del servicio por medio de volantes, 11 personas con el 3% les gustaría por televisión, 304 personas con el 80% por redes sociales y 38 personas con el 10% por medio de la radio. Este dato nos ayudará saber por qué medio la publicidad sobre el servicio será captada para implementarla en este caso las redes sociales.

¿Usaría un servicio de lockers al momento de realizar sus actividades que le recuerde recoger su equipaje a través de una app?

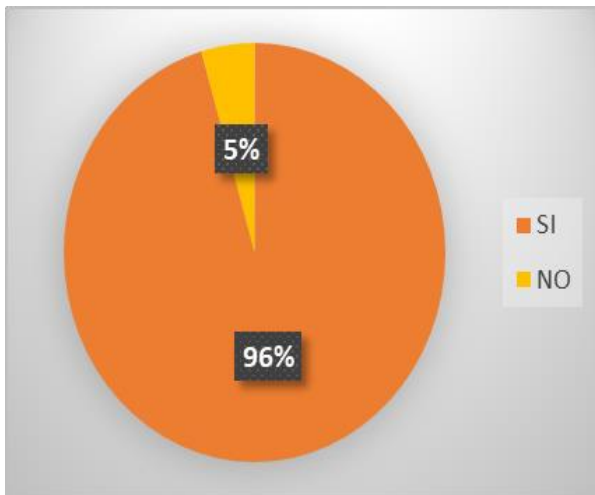
**Tabla 18. PREGUNTA N°11**

opciones	frecuencia	porcentaje
SI	363	96%
NO	17	5%
TOTAL	380	100%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Figura 12. PREGUNTA N°11**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Análisis e interpretación:**

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar que 363 personas con el 96% usarían el servicio de lockers mientras que 17 con el 5% no les interesa. Este dato ayuda a saber que el servicio tendrá un buen nicho de aceptación y que sería una buena idea emplearlo.

¿Confiaría en este servicio de encargo por casilleros?

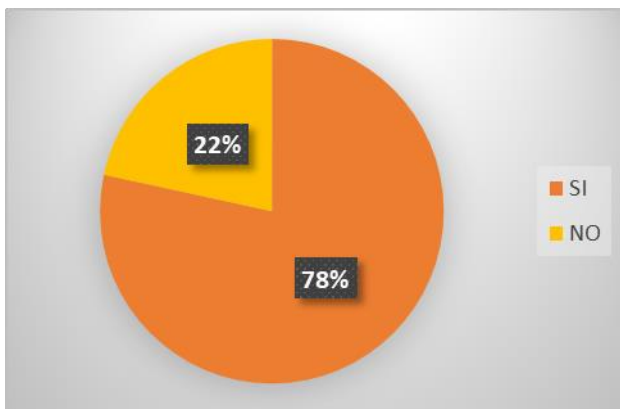
**Tabla 19. PREGUNTA N°12**

opciones	frecuencia	porcentaje
SI	298	78%
NO	82	22%
TOTAL	380	100%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Figura 13. PREGUNTA N°12**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Análisis e interpretación:**

De 380 personas encuestadas se puede evidenciar que 298 personas con el 78% confía en este tipo de servicios mientras que 82 personas con el 22% no confía. Este dato ayuda a saber que podemos emplear un buen servicio de seguridad y garantías al momento de usar el servicio para tener más acogida y confianza de los clientes

## Información Secundaria

### Factores críticos para el sector

En la actualidad existen factores que amenazan la reactivación económica en Ecuador. Uno la inestabilidad política ya que actualmente el país está cursando por una muerte cruzada, el presidente ecuatoriano Guillermo Lasso tomó la decisión de disolver la Asamblea Nacional y convocar a elecciones anticipadas. Dos Paralizaciones indígenas ya que el país en general y la ciudad de Quito en particular han sido víctimas del liderazgo nocivo, destructor, obsoleto, fratricida que impulsa a una persona a representa a un grupo de ecuatorianos, que no estamos de acuerdo con sus consignas, sus formas, sus estrategias, de amenaza, chantaje, de amedrentamiento y de resultados nefastos que dañan al país y alteran la economía a un más en el país. Como tercer factor tenemos la caída del precio del petróleo que amenaza con reducir los ingresos previstos para el presupuesto del estado ya que no alcanza la producción prevista para el 2023. Cuarto factor, vías en situaciones críticas ya que puentes y carreteras del país han empeorado en medio de un fuerte periodo en el primer trimestre del año a esto se suma el deslave en alauí y el terremoto de 6.8 del 18 de marzo con esto aumentando el costo de transporte de alimentos. Y por último el fenómeno del niño que son catástrofes naturales que aumentan la pobreza y en lo que va del año ya dejan unas 24 900 personas perjudicadas. (Tapia, 2023)

### Identificación de la competencia

**Tabla 20. Identificación de la competencia**

Aplicación	Lugar donde operan	Servicio que ofrece
Luggage hero	Aeropuertos	Encargo de equipaje 24 horas
Airkeep by stasher	Centro histórico de Quito	Encargo de equipaje en 3 locales al norte de Quito 12 horas
Radical storage	Mitad del mundo	Encargo de equipaje al norte de quito durante el día

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta.

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## 1.4 Demanda Potencial

En el siguiente cálculo como dato inicial se usa la demanda de la población que corresponde a 37,448 habitantes de la ciudad de Quito, parroquia de San Blas con una tasa de crecimiento poblacional 1,56% según datos extraídos de INEC, con el objetivo de analizar el nivel de acogida o número de compradores del plan propuesto.

**Tabla 21. Tendencia de la demanda**

Descripción	Porcentaje	Cantidad
Universo		37448
Población	1,56%	38032

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

Para calcular mi demanda potencial en servicio tomamos en cuenta los porcentajes de la pregunta N°2 (¿Usted con qué frecuencia visita el Centro Histórico de Quito) de la encuesta realizada, la cual nos ayuda a calcular los servicios que serán demandados en nuestro primer año siendo en este caso 373.619 servicios?

**Tabla 22. Demanda potencial en servicios**

Frecuencia	Porcentaje	Poblacion	Servicios Anual	Servicios Demandados
semanal	10,20%	3820	52	198624
mensual	27,30%	10223	12	122680
trimestra	19,30%	7227	4	28910
semestral	19,30%	7227	2	14455
anual	23,90%	8950	1	8950
	100,00%	37448		373619

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### Proyección de la demanda

A continuación, detallaremos como crece nuestra demanda en servicios tomando en cuenta el dato inicial del primer año 373619 de servicios demandados anualmente y nuestra tasa de crecimiento 1.56% valores que nos ayudara a proyectar nuestra demanda de los próximos 5 años.

**Tabla 23. Proyección de la demanda**

Año	Demanda en servicios	Tasa del crecimiento poblacional
<b>2023</b>	373619	1,56%
2024	379447	
2025	385367	
<b>2026</b>	391378	
2027	397484	
2028	403684	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## 1.5 Análisis del Macro y Micro Ambiente

### Análisis del micro ambiente

El análisis Micro ambiental es la relación con el entorno al que la empresa generará posicionamiento, sabremos si ganará o no cliente, o si será la única en el mercado; tendremos que analizar los factores más convenientes para el desarrollo de la empresa, entre ellos están: la competencia, proveedores, clientes e intermediarios, los cuales serán un obstáculo para el crecimiento de la empresa, por tal motivo, es importante el manejo de estos factores ya que nos permitirán analizar el manejo con otras empresas conociendo nuestros competidores, ya que ellos intervendrán en nuestras operaciones diarias, por tal motivo de mejorar y así brindar un producto de primera calidad a nuestros clientes. Para eso vamos a tomar en cuenta las cinco fuerzas de Porter, puesto que nos darán el poder para negociar con los clientes, el poder para negociar con los proveedores, los productos sustitutos, y la rivalidad entre los competidores existentes. (Bello, 2022)

**Tabla 24. Matriz de análisis de fuerzas de Porter**

<b>FUERZAS</b>	<b>Descripción</b>
<b>Poder de los compradores.</b>	Si tiene poder de negociación medio porque pueden negociar el precio según el tiempo o la frecuencia.
<b>Revalidar de competidores ya establecidos.</b>	No existe rivalidad por que al momento no existen competidores ya establecidos con negocios propios.
<b>Poder de los proveedores.</b>	Establecer convenios con proveedores cerrajeros para ofrecer diferentes tipos de productos. El poder de negociación con los proveedores es medio ya que tenemos una variedad de cerrajeros
<b>Amenaza de producto sustitutivo.</b>	Diversificar servicios e implementos con el fin de obtener un bajo costo de implementación. Es bajo no tiene sustitución
<b>Nuevos competidores .</b>	Si yo tengo éxito hay la posibilidad de que exista nueva competencia

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Análisis del macro ambiente**

Consiste en conocer los factores externos que influyen y no se pueden controlar, pero si determinar con el fin de adaptar a las actividad a realizar.

**Tabla 25. Plan de contingencia**

<b>Lista de riesgos</b>	<b>Método de implementación de Evaluación según su probabilidad</b>	<b>Plan de acción o contingencia</b>
<b>Posible crisis sanitaria</b>	Recopilación de información en base a estadísticas de entidades de salud	Implementación de medidas de bioseguridad como por ejemplo puntos de desinfección, estándares de distancia, uso constante de mascarilla, uso de guantes quirúrgicos por parte del personal, lavabos al ingreso del establecimiento
<b>falta interés en cuidado de atractivos turísticos</b>	En base a reseñas de las personas que visitaron el lugar, evaluaciones técnicas por partes del municipio.	Realizar solicitudes o cartas al municipio para mantenimiento de los puntos turísticos, constante evaluación técnica de los puntos turísticos. Campañas publicitarias junto al municipio de quito para el cuidado de centros turísticos
<b>Problemas socio políticos</b>	Evaluarlos en base al estatus socio político y riesgo país	Coordinación la con policía nacional, con resguardo ante



---

del Ecuador o por medios de comunicación cualquier hecho. Aviso a los consumidores de las situación socio económico de la ciudad

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Proyección de la oferta.**

Consiste en la presentación de servicios con un contexto similares al que vamos a ofrecer en nuestro plan de negocios en base a métodos no estadísticos como es la observación e investigación a dos empresas que manifiesta valores que realmente se producen estos son: Radical Storag y Lugage Hero.

Para la proyección de la oferta para 5 años utilizaremos la tasa de crecimiento del sector 1.56% analizando la prestación de servicios de Radical Storage (en 3 tiendas con 1 locker en cada tienda) y Stager (1 tienda con locker en cada tienda). 1 hora tiempo promedio por servicio y se abre 12 horas al día en cada tienda. Entonces se tendría una potencial oferta de 12 servicios x día, y se suma a que se tiene 2 tiendas, el total de servicios en ese sector sería 36 servicios al día, y al tener 365 días al año, el total de servicios sería 13.140 al año

**Tabla 26. Proyección de la oferta**

<b>Año</b>	<b>Oferta servicios</b>	<b>tasa del crecimiento del sector</b>
<b>2023</b>	13140	1,56%
<b>2024</b>	13345	
<b>2025</b>	13553	
<b>2026</b>	13765	
<b>2027</b>	13979	
<b>2028</b>	14197	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## 1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

Para la operación se debe analizar la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado objetivo gaste en años futuros, se realiza la resta de la demanda con la oferta calculando la oportunidad de nuestro mercado.

**Tabla 27. Proyección de la Demanda Potencial de Insatisfecha**

Año	demanda	Oferta	DPI /año	DPI/ meses	DPI/ día
2023	373619	13140	360479	30040	1001
2024	379447	13345	366102	30509	1017
2025	385367	13553	371813	30984	1033
2026	391378	13765	377614	31468	1049
2027	397484	13979	383504	31959	1065
2028	403684	14197	389487	32457	1082

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: De la Cruz Evelyn Tamara

## 1.7 Diseño de marca (branding)

- Nombre de la marca “HARKAY” que significa seguridad en nuestro idioma nativo que es el quechua
- Logotipo

**Figura 14. Logo tipo**



Fuente: investigación  
Elaborado por: Evelyn de la Cruz

- El eslogan de la empresa es “vive una comfortable experiencia.
- Percepción y posicionamiento
- Brindar seguridad y confianza en las cosas que nos encargan.

- Como diferencial aparte de ofrecer nuestro servicio de casilleros contamos con un servicio Wi-fi, gratuita sala espera, punto de información sobre la zona y diversos cargadores en caso que nuestra cliente llegara a necesitar y convenio con una cooperativa de taxis.

## 1.8 Estrategias de marketing

**Figura 15. Estrategias de marketing**



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## 1.9 Plan de comunicación

**Tabla 28. Plan de comunicación**

Objetivo: establecer estrategias y reconocer los recursos q se necesita.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	MEDIO PUBLICITARIO	Tiempo estimado a la elaboración de cada publicada.	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
Aumentar las ventas	Colocar publicidad en redes sociales en los días de vacaciones.	TIK TOK	Feriados Julio (4 semanas) Agosto (4 semanas)	\$10 por semana publicidad a 1000 usuarios	Analista de marketing y gerente general	Cientes alcanzados /leds recibidos
Alcanzar nuevos clientes.	Colocar publicidad en redes en feriado por fiestas de Quito.	FACEBOOK	Feriados Por fiestas de Quito (4 semanas) noviembre y diciembre	\$35 durante 7 días, alcance de 10 mil cuentas por sector.	Analista de marketing y gerente general	Cientes alcanzados /leds recibidos
Aumentar las ventas		INSTAGRAM	Feriado semana santa (3 semanas)	\$35 durante 7 días, alcance de 10 mil cuentas por sector.	Analista de marketing y gerente general	Cientes alcanzados /leds recibidos
Hacer conocer el servicio	Difusión de la marca a través de post.	TWITER	Elaboración de post 2 horas	\$99 al mes con un alcance de 30mil	Analista de marketing y gerente general	Cientes alcanzados /leds recibidos
Información sobre el servicio	Entrega a los residentes del centro de Quito	VOLANTES IMPRESOS.	Todo el año (2 fines de semana al mes )	15x21 full color dos lados, 1000 flyers \$90	Analista de marketing, gerente general	Flyers impresos con cupones / clientes con cupones
Radio	Impacto a través de publicidad auditiva	Radio redonda	Febrero (2 semanas) Mayo (2 semanas)	\$450, 20 segundos, 2 veces al día, por 3 días a la semana durante un mes.	Analista de marketing y gerente general	Evaluación al número de emisiones.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## CAPÍTULO II

### Operaciones

#### 2.1 Objetivo del Capítulo

Determinar las actividades que tiene relación con las áreas para un correcto servicio a ofrecer, costos y tiempos de elaboración y los recursos necesarios para la ejecución.

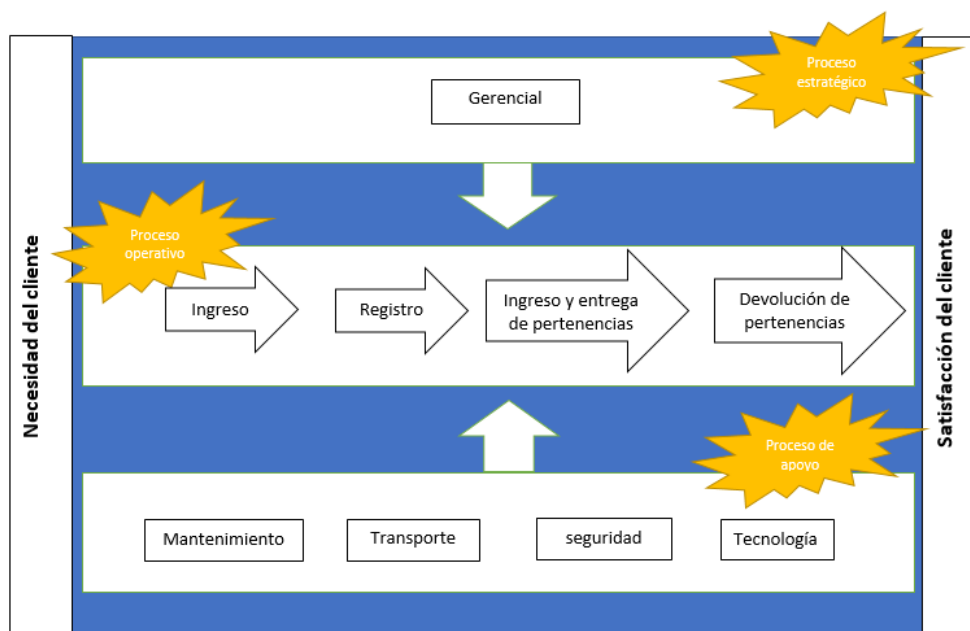
#### 2.2 Descripción del proceso

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

#### Mapa de procesos

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

Figura 16. Mapa de procesos



Fuente: Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

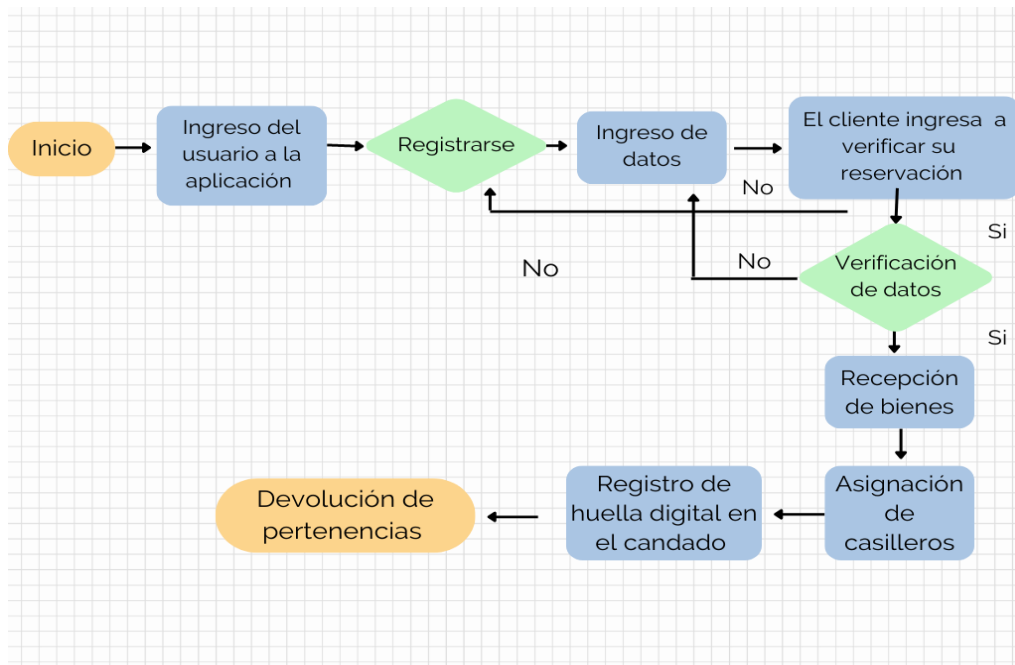
Se encuentra enfocado a turistas que visiten el centro histórico de la ciudad de Quito que necesiten del servicio de casillero para guardar sus pertenencias, este contará con una sala de espera y wi-fi para que la experiencia sea más agradable, una guía informativa de los centros turísticos a conocer en la ciudad para que el cliente cuente con más opciones de entretenimiento al momento de realizar su visita.

Cabe recalcar que los casilleros serán de distintos tamaños de acuerdo a la necesidad del usuario y contará con sus respectivos puntos de carga para sus dispositivos electrónicos.

También contará con cámaras de seguridad, alarmas y su respectivo guardia de seguridad en la entrada del establecimiento para ofrecer un poco más de seguridad también se tranquilidad y comodidad al cliente.

### Flujo grama

**Figura 17. Flujo grama**



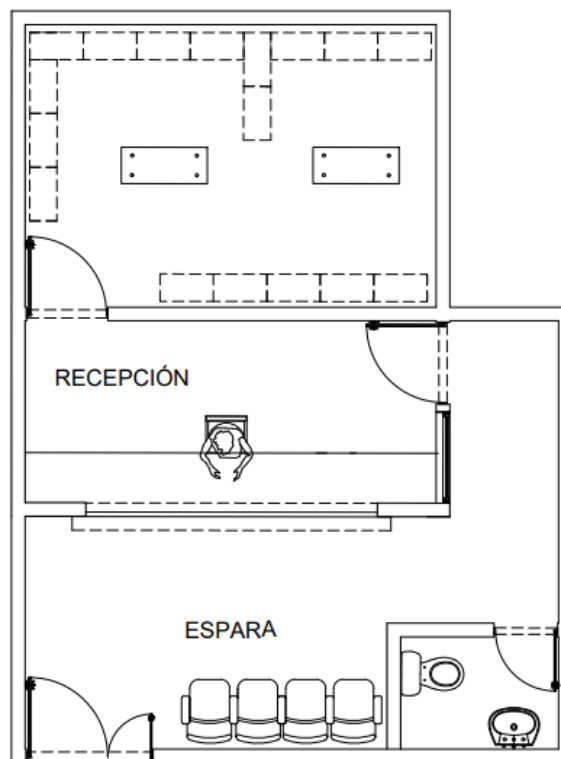
**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Descripción de instalaciones, equipos y personas.**

Las instalaciones de HARKAY se encuentra ubicada en el centro histórico de Quito en el sector de San Blas cuenta con una recepción con dos computadores: una computadora del recepcionista y otra para el gerente. Contará con una sala de espera un baño y una habitación con 20 casilleros de diferentes tamaños los cuales forman parte del servicio que vamos a prestar.

**Figura 18 Esquema de las áreas de la empresa**



**Fuente:** Investigación propia








**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara




A continuación, se detalla los equipos que se van a usar para las instalaciones de HARKAY que son equipos de computación, muebles y enseres.

**Tabla 29. DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS**

Actividad (Etapa de producción)	Equipo	Características (ver ficha técnica)	Costo
<p><b>LAPTOP LENOVO V14 CELERON 4020 8GB RAM</b></p>		<p>Sistema Operativo: Free DOS. Procesador: Intel Celeron Memoria RAM: DDR4-2400 soldado de 8GB. Gráficos: Intel UHD 600 integrados. Pantalla de 14" FHD (1920x1080) Antirreflejo. Cámara de 0.3 MP con obturador de privacidad y micrófono de doble matriz integrado. Batería: 35 WH. Dimensiones: 32,71 x 24,1 x 1,99 cm.</p>	<p><b>\$199,00</b></p>
<p><b>SMARTPHONE HILITAND DE 5,45 PULGADAS</b></p>		<p>Smartphone Hilitand de 5,45 pulgadas, con pantalla completa HD, para teléfono inteligente Android, 512 MB/4 GB, teléfono móvil con cámara HD, batería de 1500 mAh, extensión de 128 GB</p>	<p><b>\$90</b></p>
<p><b>TELÉFONO ALÁMBRICO KX- TS500LX1B P53701   TIMBRE</b></p>		<p>Teléfono con sistema de respuesta es un teléfono esencial para cualquier hogar. La potente batería de larga duración diaria proporciona 180 horas en modo de espera y 9 horas en conversación.</p>	<p><b>\$17</b></p>
<p><b>CASILLERO</b></p>		<p>6 casilleros de 170x0.50 material acero inoxidable calidad 304 y pulido con bisagras, una cerradura y una manija cada casillero</p>	<p><b>\$1680</b></p>



<b>CASILLERO</b>		6 casilleros de 0.90x0.50 material acero inoxidable calidad 304 y pulido con bisagras, una cerradura y una manija cada casillero	<b>\$720</b>
<b>CASILLERO</b>		8 casilleros de 0.50x0.50 material acero inoxidable calidad 304 y pulido con bisagras, una cerradura y una manija cada casillero	<b>\$464</b>
<b>CASILLERO</b>		10 casilleros de 0.20x0.30 material acero inoxidable calidad 304 y pulido con bisagras, una cerradura y una manija cada casillero	<b>\$400</b>
<b>CANDADO INTELIGENTE CON HUELLA DACTILAR</b>		Candado de seguridad resistente al agua para el gimnasio, almohadilla biométrica Premium para huellas dactilares, aplicación IcoK smartlife, candado inteligente para huellas dactilares.	<b>\$23</b>
<b>TABURETE MIRKO</b>		Taburete de diseño modelo Mirko, un práctico y conveniente taburete con mecanismo giratorio y elevación mediante pistón hidráulico.	<b>\$35</b>
<b>Pack 4 Sillas Madera Moderna para Oficina</b>		Tamaño de las sillas de 86(H)* 47(W) *46 (D)cm; hecha de plásticos PP de alta calidad con materiales acolchonados y un revestimiento delicado de alta calidad; sus patas son de madera.	<b>\$74</b>
<b>CARAMAS DE SEGURIDAD ULTRAHD 4K, VISIÓN</b>		Cámara IP Bullet AI PoE cuenta con detección de humanos, caras y vehículos con filtrado de eventos, IVS (cable de intrusión) para protección perimetral. Visión nocturna de doble iluminación con LED blanco Full NightColor y visión	<b>\$150</b>

<b>NOCTURNA</b>		nocturna IR-LED. Ofrece video 4K a 15 fps con un ángulo de visión de 129.	
<b>WI-FI ROUTER ASUS WIFI</b>		Router de Internet inalámbrico de doble banda, juegos y streaming, incluye seguridad de Internet de por vida.	<b>\$17.86</b>
<b>ESCRITORIO DE MADERA</b>		Modelo Premium mt110 fabricado en mdp de color Marrón–Natural, cuenta con una puerta y un cajón a un costado para que se pueda almacenar archivos, tiene rieles metálicos que brindan mayor resistencia, Tiene de ancho 137,20cm, profundidad 111,60cm y altura total 76cm	<b>\$45</b>
<b>IMPRESORA MULTIFUNCIÓN A COLOR INALÁMBRICA HP DESKJET 2755E</b>		Imprima, escanee y copie desde su teléfono Obtenga funciones avanzadas durante 24 meses con HP+conexión inalámbrica obtenga un mejor alcance y conexiones más confiables con Wi-Fi de doble banda con restablecimiento automático	<b>\$50</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

Para el mantener una ejecución completa y correcta de la Empresa Harkay, debemos calcular la mano de obra que vamos a necesitar para el proceso operacional, el cual podemos observar en la Tabla

**Tabla 30. Proceso Operacional**

<b>Actividad</b>	<b>Tiempo</b>	<b>No. de personas</b>	<b>Horas</b>
<b>Reservación virtual, confirmación de datos y almacenamiento de bienes</b>	480 min	1 persona	240 horas
<b>Limpieza</b>	120 min	1 persona	60 horas
<b>Seguridad</b>	480 min	1 persona	240 horas
<b>Marketing y Diseño</b>	360 min	1 persona	180 horas
<b>Asesoramiento comercial</b>	480 min	2 persona	240 horas

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Tecnología a aplicar**

#### ◇ **Cámaras de seguridad**

Se integra un sistema de seguridad para darle seguimiento tanto al trato del cliente como para la respectiva vigilancia de las pertenencias encargadas y donde el negocio se encuentre ubicado.

#### ◇ **Aplicación**

Contaremos con una aplicación que nos ayudara a reducir los tiempos de procesos, agilitando la reservación con anticipación para que al momento del almacenamiento este no tome más de 5 minutos ya que el objetivo es ofrecer un servicio más rápido y óptimo.

#### ◇ **Cerradura inteligente**

Hemos optado por usar este nuevo sistema de tecnología digital con huella para evitar los peligros de seguridad con llaves físicas y poder ofrecer la tranquilidad de que los bienes estarán bien resguardados.

## Factores que afectan las operaciones

**Tabla 31. Factores que afectan las operaciones**

Numero	Tipo de factor	Descripción
1	Económico	Falte de liquidez para sustentar sueldos
2	Tecnológico	Falta de internet
3	Humano	No encontrar personal que no cumple el perfil para el puesto
4	Climático	Baja fluencia de clientes

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### 2.3 Capacidad de producción

#### Capacidad de Producción Futura.

Para calcular la capacidad la producción futura tomamos en cuenta mi producción futura en este caso los 30 casilleros con los cuales iniciare multiplicado por la cantidad de servicios al día que son 8 teniendo un total de 240 servicios al día este multiplicado por los 360 días es de obtiene un total de 86400 servicios en el primer año.

Para los siguientes 5 años realizo el mismo proceso, pero en cada año se aumenta dos casilleros hasta completar los 40 casilleros.

**Tabla 32. Capacidad de producción futura**

Año	oferta servicios
2023	86400
2024	92160
2025	97920
2026	103680
2027	109440

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## 2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

### Especificación de materias primas y grado de sustitución.

Al ser una empresa que brinda un servicio de lockers se cuenta con un grado de sustitución alto ya que existe una variedad de alternativas que cumplen las características necesarias para sustituir. Se lo explica de la mejor forma en la siguiente tabla.

**Tabla 33. Especificación de materias primas y grado de sustitución.**

<b>RECURSOS</b>	<b>SUSTITUTOS</b>	<b>GRADO DE SUSTITUCION</b>	<b>OPCION 1</b>
<b>Casilleros</b>	Casilleros hechos a medida	ALTO	Adquisición de casillero de otras medidas por demora de incumplimiento del proveedor
<b>Candados inteligentes</b>	CANDADOS NUMERICO	ALTO	Adquisición e candados de seguridad numérica a menos precio
<b>Aplicación</b>	Formularios de registros físicos	Medio	Registro de formularios de forma manual
<b>Sistema de seguridad</b>	Botón pánico de emergencia y alarmas	ALTO	Usos de botón de pánico conectado con la policía más cercano ecu 911
<b>Personal administrativo</b>	Nuevo personas	ALTO	Perfil del cargo del nuevo empleado

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## 2.5 Calidad

### **Método de Control de Calidad.**

A continuación, como herramienta de control de calidad se desarrolló una encuesta para medir la atención a nuestros clientes con una encuesta y así poder mantener la calidad en el nivel más elevado sobre nuestro servicio

### **Encuesta de satisfacción**

1.- ¿Cómo calificaría la calidad de la atención recibida

-muy buena

-buena

-regular

- mala

2.- ¿Que probable es que recomiende nuestro servicio

-Muy probable

-Probable

-Poco probable

-Nada probable

3.- ¿Desea agregar un comentario o recomendación adicional

-----

## 2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

### **Seguridad e higiene ocupacional**

#### **Seguridad**

El Botón de Pánico es una alternativa de seguridad que brinda la Policía Nacional del Ecuador en caso de presentarse una emergencia por robo (Asalto) en locales comerciales o viviendas.

- Acudir a la Unidad de Policía Comunitaria – UPC más cercana a la vivienda o local comercial.
- Llevar un teléfono celular.
- Los agentes de la UPC proceden a tomar los datos de la persona como dirección exacta y otros datos de contacto.
- Luego se procederán a activar el Botón de Pánico con la tecla 5 del celular.
- El teléfono celular registrado debe permanecer en la vivienda o local comercial sobre todo cuando se vaya a activar la alerta.
- El teléfono celular debe tener como mínimo 5 centavos de saldo.

## **Higiene ocupacional**

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

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

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

(Ministerio del trabajo, 2022)

Para la empresa de servicios se ha establecido las siguientes normas para precautelar la salud y bienestar de los colaboradores. Adecuaciones físicas según los requerimientos de entes de control como los Bomberos, es decir instalaciones eléctricas cubiertas con canaletas, señalización de seguridad, extintor y nomenclatura en tomacorrientes.

## **CAPITULO III**

### **Organización y Gestión**

#### **3.1 Objetivo del capítulo**

Definir la estructura organizacional y establecer objetivos empresariales u organizacionales para un óptimo desempeño en la gestión del servicio.

#### **3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos**

##### ***Visión de la Empresa***

Ser una empresa número uno en brindar servicios de almacenaje de pequeños artículos para personas en la Ciudad de Quito para el año 2028

##### ***Misión de la Empresa***

Ofrecer confort y satisfacer las necesidades del cliente a través de un servicio óptimo donde el usuario tenga seguridad de guardar sus pertenencias mientras disfruta de sus actividades.

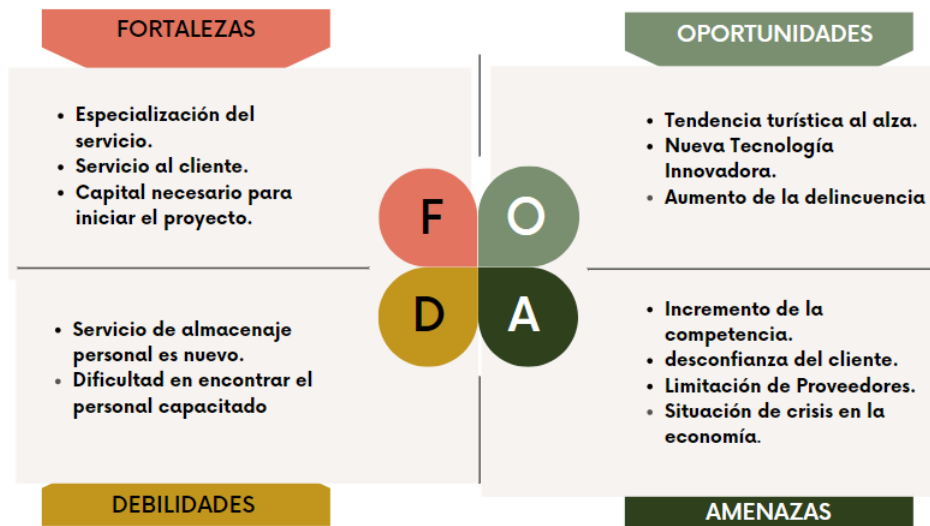
##### ***Objetivos y estrategias***

El análisis FODA es una herramienta que nos ayuda a analizar la situación actual de una empresa permitiéndonos tener diagnósticos precisos y en función de ellos tomar decisiones acordes con los objetivos formulados (Raeburn, 2021)

#### **Figura 18. Análisis FODA**



## MATRIZ FODA



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: De la Cruz Evelyn Tamara

## Expectativas

Tabla 34. Expectativas

Expectativas	impulsores	objetivos
Rentabilidad	Publicidad digital constante	Lograr que la empresa se posicione en la mente de los usuarios
	Ofrecer ofertas	Captar nuevos consumidores
Adaptabilidad tecnológica	fácil manejo	Crear una plataforma amigable con el usuario
	Innovación en implementos tecnológicos	Implementación de dispositivos tecnológicos que generen confianza y seguridad al usuario
Buena experiencia al cliente	Capacitaciones	Captación mensual a nuestros colaboradores para una excelente atención
	Servicio de calidad	Establecer una buena relacion entre el cliente y la marca.
Fidelización de la marca	Generar una buena reputación	Optimizar y analizar continuamente los proceso.
	privacidad y legalidad	Correcto uso de información personal.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: De la Cruz Evelyn Tamara

## Objetivos estratégicos

Figura 19. Objetivos estratégicos

<p><b>Misión</b> Ofrecer confort y satisfacer las necesidades del cliente a través de un servicio óptimo donde el usuario tenga seguridad de guardar sus pertenencias mientras disfruta de sus actividades.</p>					<p><b>Visión</b> Ser una empresa de seguridad reconocida por la confianza y el compromiso.</p>
<p><b>Objetivos estratégicos 1 año</b></p> <p>Alcanzar 5000 usuarios y 10,000 seguidores en redes sociales para el año 2024</p>	<p><b>Objetivos estratégicos 2 año</b></p> <p>Apertura de nuevas sucursales en la ciudad de Quito en el año 2025</p>	<p><b>Objetivos estratégicos 3 año</b></p> <p>Apertura de nuevas sucursales a nivel nacional para el año 2026</p>	<p><b>Objetivos estratégicos 4 año</b></p> <p>Impulsar nuestra marca para que sea conocida a nivel nacional en el mercado como un servicio de confianza</p>	<p><b>Objetivos estratégicos 1 año</b></p> <p>Generar alianzas estratégicas con empresas importantes del nivel turístico a nivel nacional e internacional</p>	
<p><b>Política</b></p> <p>Aplicación llamativa e intuitiva</p> <p><b>Estrategia</b></p> <p>Diseño de plataforma de fácil manejo e interacción publicitaria con los consumidores</p>	<p><b>Política</b></p> <p>Mantener la rentabilidad para la implementación de las nuevas sucursales</p> <p><b>Estrategia</b></p> <p>A través de fondos propios</p>	<p><b>Política</b></p> <p>Establecer índices de rentabilidad con los socios internos</p> <p><b>Estrategia</b></p> <p>mediante la inversión de los diferentes</p>	<p><b>Política</b></p> <p>Inversión en seguridad y análisis de estándares de calidad</p> <p><b>Estrategia</b></p> <p>mediante la implementación de</p>	<p><b>Política</b></p> <p>Implementar publicidad y campañas de carácter turístico a nivel internacional</p> <p><b>Estrategia</b></p> <p>realizar alianzas y convenios</p>	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

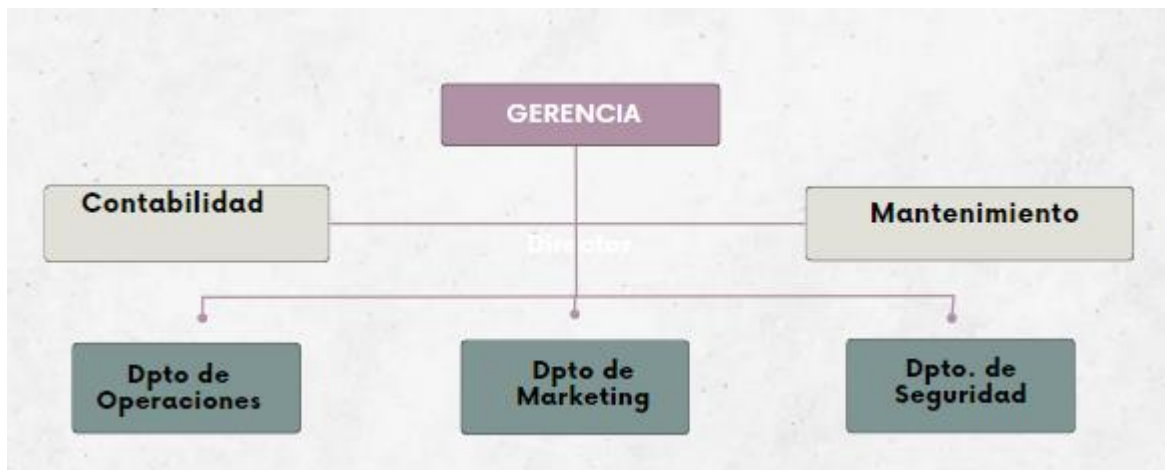
### 3.3 Organización Funcional de la Empresa

#### Organización Interna

Para formar la organización interna de la empresa HARKAY, es importante establecer un organigrama estructural de los cargos y funciones, llevando una jerarquía de liderazgo y control de las actividades, brindándonos así el cumplimiento de metas y objetivos planteados por la organización.

#### *Organigrama Estructural*

**Figura 20. Organigrama Estructural**

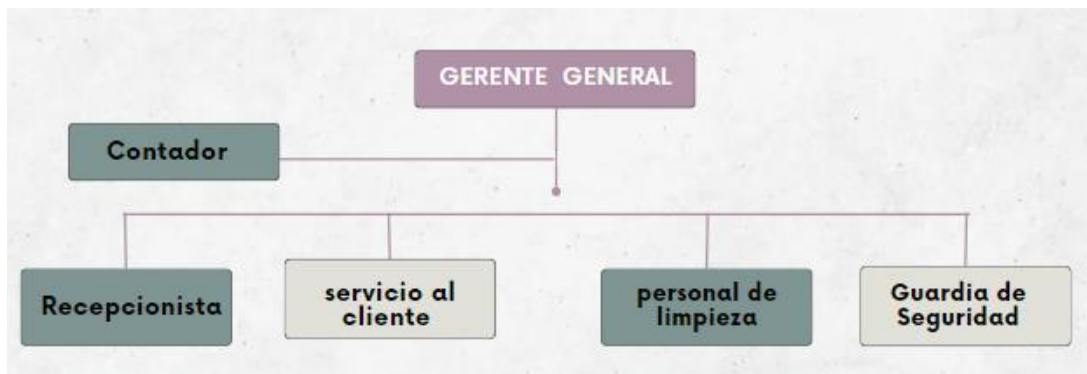


Fuente: Investigación propia

Elaborado por: De la Cruz Evelyn Tamara

#### *Organigrama Funcional*

**Figura 21. Organigrama Funcional**



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: De la Cruz Evelyn Tamara

### 3.4 Descripción de puestos.

La descripción de los puestos nos va a permitir identificar las actividades y funciones de los trabajadores de HARKAY los cuales se describen a continuación:

**Tabla 35. Descripción del Cargo Gerente**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<i>Puesto</i>	Gerente - Administrador
<i>Jefe inmediato superior</i>	Junta Directiva
<i>Supervisa a</i>	Departamento de Producción y Departamento de Ventas
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Responsable de planificar, organizar, guiar y controlar el cumplimiento de la empresa para alcanzar los objetivos planteados en determinados periodos establecidos.	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tramitar todas las transacciones contables.</li> <li>• Realizar previsiones presupuestarias.</li> <li>• Crear estados financieros a tiempo.</li> <li>• Emplear cierres mensuales, trimestrales y anuales.</li> <li>• Organización de cuentas por pagar y por cobrar.</li> <li>• Realizar pagos fijos a tiempo</li> <li>• Desarrollar declaraciones de impuestos.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<i>Título profesional</i>	Ing. Administración de Empresas
<i>Experiencia</i>	2 a 3 años en cargos similares
<i>Habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de equipos de trabajo.</li> <li>• Facilidad de Comunicación</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Pensamiento Crítico</li> </ul>
<i>Formación</i>	Título de Tercer o Cuarto Nivel

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Tabla 36. Descripción del Contador**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<i>Puesto</i>	Contador
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente - Administrador
<i>Supervisa a</i>	No Aplica
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Responsable de controlar información financiera y fiscal	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de información financiera</li> <li>• Interpretación de gastos, ingresos y egresos</li> <li>• Toma de decisiones financieras</li> <li>• Gestión de documentación</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<i>Título profesional</i>	Ing. en Sistemas
<i>Experiencia</i>	2 a 3 años en cargos similares
<i>Habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de Excel avanzado</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Responsabilidad con el dinero</li> <li>• Dominio en su campo</li> </ul>
<i>Formación</i>	Título de Tercer o Cuarto Nivel

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Tabla 37. Descripción del Puesto Ventas**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<i>Puesto</i>	Ventas
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente - Administrador
<i>Supervisa a</i>	No Aplica
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Responsable de ventas en el sector de San Blas	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con las metas propuestas en ventas. •</li> <li>• Captar y desarrollar nuevos clientes.</li> <li>• Comercializar el producto y asesorar al cliente sobre los beneficios del mismo.</li> <li>• Ser responsable con la mercadería que tiene a su cargo.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<i>Título profesional</i>	Bachiller
<i>Experiencia</i>	Mínimo de 1 a 2 años en cargos similares
<i>Habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizado, Proactivo, Técnica en ventas, Excel básico</li> </ul>
<i>Formación</i>	Bachiller

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Tabla 38. Descripción del Puesto de Limpieza**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<i>Puesto</i>	Limpieza
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente - Administrador
<i>Supervisa a</i>	No aplica
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Mantener nuestro edificio limpio y ordenado. Cambiar a una Persona q brinde un servicio de empresa	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza de áreas designadas de las instalaciones</li> <li>• Realización y documentación de actividades rutinarias de mantenimiento e inspección</li> <li>• Avisar de la gestión de las deficiencias que se produzcan o de la necesidad de reparaciones</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<i>Título profesional</i>	Bachiller
<i>Experiencia</i>	1 a 2 años en cargos similares
<i>Habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia laboral demostrable como personal de limpieza</li> <li>• Capacidad para manejar maquinaria y equipos pesados</li> <li>• Integridad</li> <li>• Conocimiento de suministros y productos químicos de limpieza</li> <li>• Familiaridad con las fichas de datos de seguridad de materiales</li> </ul>
<i>Formación</i>	Título de Bachiller

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Tabla 39. Descripción del Puesto de Servicio al Cliente**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<i>Puesto</i>	<i>Marketing – servicio al cliente</i>
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente
<i>Supervisa a</i>	No aplica
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Proporcionar a los usuarios información y soporte con relación a los productos o servicios que la empresa ejecuta.	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidad de comunicación</li> <li>• Entusiasmo y cordialidad</li> <li>• Excelente dicción, modulación y presencia</li> <li>• Capacidad para trabajar bajo presión</li> <li>• Capacidad para realizar llamadas</li> <li>• Manejo de campañas telefónicas</li> <li>• Realización de encuestas telefónicas y/o en cara a cara</li> <li>• Manejo de reclamos/quejas</li> <li>• Seguimiento a los casos de reclamos</li> <li>• Respuestas a las quejas de los clientes</li> <li>• Preparación de reporte semanal de gestión</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<i>Título profesional</i>	Tecnología en atención y servicio al cliente
<i>Experiencia</i>	1 a 2 años en cargos similares
<i>Habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autocontrol y vocación de servicio</li> <li>• Actitud empática y resolutiva</li> <li>• Perseverancia</li> <li>• Honestidad y compromiso</li> </ul>
<i>Formación</i>	Tecnología o Título de Tercer o Cuarto Nivel

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara



### 3.5 Control de Gestión

#### Indicadores de gestión

Se evaluará el éxito de los objetivos implementados y las consecuencias de las acciones dadas en el pasado, para esto es necesario manejarnos con valores reales y fiables ya que con esto se realizara el analisis de la situación en la que se encuentra el proyecto tanto como para mejoraren el desempeño de las mismas.

**Tabla 40. INDICADORES DE GESTION**

AREAS	INDICADORES	FORMULA	TIEMPO	META
Administración	Proveedores	#de proveedores nuevos/#de proveedores totales	mensual	100%
Administración	Evaluación	Utilidad neta /Fondos propios	mensual	100%
Área de Ventas	Calidad de servicio	# de clientes insatisfechos/ # de clientes satisfechos	mensual	100%
Ventas	Cliente	# de clientes nuevos /Total de clientes	mensual	100%
Servicio al cliente	Grado de insatisfacción	Número de clientes insatisfechos en el período / Clientes totales	mensual	100%
Servicio al cliente	Grado de satisfacciones función de reclamos	(Clientes encuestados en el período – Clientes con quejas) / Clientes totales	Mensual	100%

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### **Necesidades De Personal**

Para empezar las actividades que se desarrollaran en la empresa se necesitará de 5 personas y conforme se creen necesidades se hará contrataciones. Se detalla a continuación, el personal a ser contratado.

**Tabla 41. Necesidades del personal**

Año	Administrador	marketing	limpieza	ventas	Servicio al cliente
1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1
3	1	1	1	2	2
4	1	1	1	2	2
5	1	1	1	2	2

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## **CAPÍTULO IV**

### **Jurídico Legal**

#### **4.1Objetivos del capítulo**

Sustentar las leyes, reglamentos, normas establecidas a continuación para desarrollar el tema del marco legal de este proyecto.

#### **4.2Determinación de la forma jurídica**

La empresa HARKAY, dedicada a brindar servicio mediante una aplicación para el Registro y encargo de pertenecías en la parroquia de San Blas al Centro norte de la ciudad de Quito; se constituye bajo la figura de S.A.S Sociedad de Acciones Simplificadas, conformado por cuatro socios.

La sociedad por acciones simplificadas es un tipo de compañía que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado sin costo. Tiene como objetivo impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos. (super intendencia de compañías, 2022)

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

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

### **4.3 Registros de marcas**

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

Se realiza la solicitud ante la entidad pertinente para iniciar el trámite de registro de nombre y logotipo, para lo cual se cancela el pago de USD 260,00.

- La etapa de revisión del requerimiento lleva un mes de proceso y se publica en una gaceta de la entidad, con el fin de que sea evidenciada por terceros.
- El registro es el siguiente paso y corresponde a la última publicación que se realiza para la verificación por parte de terceros.
- Una vez que se ha superado los pasos señalados se emite una resolución de propiedad intelectual y de esta forma se obtiene la respectiva certificación.

### **Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE**

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

El permiso de funcionamiento, puede sujetarse a diferentes tipos de inspección por parte de los componentes de LUAE, quienes son las dependencias municipales que emiten las autorizaciones administrativas que integran la LUAE: Cuerpo de Bomberos, Quito Turismo, Secretaría de Movilidad y Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.

Actualmente el otorgamiento de LUAE se maneja mediante dos procesos: Emisión y Renovación.

### **Requisitos Obligatorios:**

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

El proceso de solicitud se realizará exclusivamente en línea a través del Portal de Servicios Municipales <https://pam.quito.gob.ec> opción LUAE DIGITAL, ingresando con las credenciales habilitadas al momento de cumplir con el registro de Patente.

### **Pasos a seguir:**

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

El tramite no tiene costo

La LUAE tiene una vigencia indefinida, con renovación anual, siempre que, en cada año se hayan cancelado los impuestos y tasas relacionados con el desarrollo de la actividad económica y el establecimiento cumpla con las reglas técnicas de los componentes de la LUAE.

## CAPÍTULO V

### Evaluación Financiera

#### 5.1 Objetivos del capítulo

Observar el estado financiero de la empresa para determinar la inversión, viabilidad y estadísticas económicas, además del financiamiento y actividades de la empresa, con el fin de demostrar su potencial en el mercado.

#### 5.2 Plan de inversiones

En las siguientes tablas se detallan las cantidades de inversión inicial necesaria para poder elaborar las primeras diligencias de la empresa, además del capital de trabajo que se requerirá para el distinto trabajo del personal.

**Tabla 42. PLAN DE INVERSIONES**

PLAN INVERSIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 3.678,86</b>
<b>Muebles y enseres</b>			<b>\$ 2.916,00</b>
Escritorio de madera	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Taburetes	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Sillas de oficina	4	\$ 74,00	\$ 296,00
candados inteligentes	20	\$ 23,00	\$ 460,00
casillero 1	5	\$ 40,00	\$ 200,00
casilleros 2	5	\$ 55,00	\$ 275,00
casilleros 3	5	\$ 100,00	\$ 500,00
casilleros 4	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00
<b>Equipos de Computación</b>			<b>\$ 488,00</b>
Computador	2	\$ 199,00	\$ 398,00
Huawei Celular / Y5P / 32 GB	1	\$ 90,00	\$ 90,00
<b>Equipos de Oficina</b>			<b>\$ 274,86</b>
router Wi-Fi	1	\$ 17,86	\$ 17,86
teléfono de oficina	1	\$ 17,00	\$ 17,00
alarma de seguridad	1	\$ 40,00	\$ 40,00
impresora	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Kit de cámaras de seguridad	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>\$ 785,00</b>
<b>Gastos de Constitución</b>			<b>\$ 785,00</b>
Registro de marca	1	\$ 260,00	\$ 260,00
Patente Municipal	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Constitución SAS	1	\$ 500,00	\$ 500,00

<b>Capital de trabajo (3 meses)</b>	<b>\$ 17.734,64</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22.198,50</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

Se tomó en cuenta la mano de obra en base a los roles de pagos y rol de provisiones para el cálculo de pagos administrativos y operativos

**Tabla 43. Capital de trabajo**

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	TOTAL USD	
<b>Personal Administrativo</b>			<b>1411,38</b>	
1	gerente general	961,38		
1	contador	450,00		
<b>Personal operativo</b>			<b>2905,16</b>	
1	repcionista	928,39		
1	personal de seguridad	928,39		
1	asesor de servicio al cliente	928,39		
1	personal de limpieza	\$ 120,00		
<b>Servicios y arriendos</b>			<b>345</b>	
1	arriendo de instalacion	300		
1	servicios basicos	45		
<b>Gastos adicionales</b>			<b>1250</b>	
1	promocion y publicidad	900		
1	mantenimiento de casilleros	150		
1	gastos seguridad	200		
<b>GASTOS TOTAL</b>			<b>5911,55</b>	
<b>CAPITAL DE TRABAJO para 3 meses</b>			<b>17734,64</b>	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

### 5.3 Cálculo de Costos y Gastos

#### Mano de Obra

Se toma en cuenta los puntos a analizar para determinar la mano de obra dentro de la empresa durante el periodo estimado de 5 años que a continuación se detallan.

**Tabla 44. Rol de pagos**

número	cargos	SBU	Descuento personal IESS (9,45%)	VALOR A PAGAR	VALOR ANUAL
1	Gerente general	\$ 700,00	\$ 66,22	\$ 633,78	\$ 7.605,36
2	Recepcionista	\$ 675,00	\$ 63,79	\$ 611,21	\$ 7.334,55
3	Contador	\$ 450,00	\$ -	\$ 450,00	\$ 5.400,00
4	personal de seguridad	\$ 675,00	\$ 63,79	\$ 611,21	\$ 7.334,55
5	Asesor de servicio al cliente	\$ 675,00	\$ 63,79	\$ 611,21	\$ 7.334,55
6	Personal de limpieza	\$ 120,00	0	\$ 120,00	\$ 1.440,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.295,00</b>	<b>\$ 257,58</b>	<b>\$ 3.037,42</b>	<b>\$ 36.449,01</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara



**Tabla 45. Rol de pagos**

<b>CARGO</b>	<b>Provision Patronal IESS (11,15%)</b>	<b>Decimo Tercero (13)</b>	<b>Decimo Cuarto (14)</b>	<b>Fondos de reserva</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Total Provision</b>	<b>Costo MO</b>
gerente general	\$ 78,05	\$ 58,33	37,5	\$ 58,33	\$ 29,17	\$ 261,38	\$ 961,38
recepcionista	\$ 75,26	\$ 56,25	37,5	\$ 56,25	\$ 28,13	\$ 253,39	\$ 928,39
Contador	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	\$ 450,00	\$ 450,00
personal de seguridad	\$ 75,26	\$ 56,25	37,5	\$ 56,25	\$ 28,13	\$ 253,39	\$ 928,39
Asesor de servicio al cliente	\$ 75,26	\$ 56,25	37,5	\$ 56,25	\$ 28,13	\$ 253,39	\$ 928,39
Personal de limpieza	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ 120,00
	<b>\$ 303,84</b>	<b>\$ 227,08</b>	<b>\$ 150,00</b>	<b>\$ 227,08</b>	<b>\$ 113,54</b>	<b>\$ 1.591,55</b>	<b>\$ 4.316,55</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## Depreciación

El valor alcanzado del cálculo de la depreciación según el activo y sus años de vida útil desde 3 a 10 años; para este proyecto es de: muebles y enseres \$ 245,60 dólares por año, equipos de computación \$162.65 dólares por año, y equipos de oficina \$91,61 dólares por año.

**Tabla 46. CALCULO DE LAS DEPRECIACIONES**

Detalle del bien	Vida Util	Valor	%Depreciacion	Depreciacion anual
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>\$ 245,60</b>
Escritorio de madera	10 años	\$ 45,00	10%	\$ 4,50
Taburetes	10 años	\$ 140,00	10%	\$ 14,00
Sillas de oficina	10 años	\$ 296,00	10%	\$ 29,60
casillero 1	10 años	\$ 200,00	10%	\$ 20,00
casilleros 2	10 años	\$ 275,00	10%	\$ 27,50
casilleros 3	10 años	\$ 500,00	10%	\$ 50,00
casilleros 4	10 años	\$ 1.000,00	10%	\$ 100,00
candados inteligentes	10años	\$ 460,00	10%	\$ 46,00
<b>EQUIPOS ELECTRONICOS</b>				<b>\$ 162,65</b>
Computador	3 años	\$ 398,00	33,33%	\$ 132,65
Huawei Celular / Y5P / 32 GB	3 años	\$ 90,00	33,33%	\$ 30,00
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>				<b>\$ 91,61</b>
Repetidor router Wi-Fi	3 años	\$ 17,86	33,33%	\$ 5,95
telefono de oficina	3 años	\$ 17,00	33,33%	\$ 5,67
alarma de seguridad	3 años	\$ 40,00	33,33%	\$ 13,33
impresora	3 años	\$ 50,00	33,33%	\$ 16,67
Kit de camaras de seguridad	3 años	\$ 150,00	33,33%	\$ 50,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.678,86</b>		<b>\$ 499,86</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: De la Cruz Evelyn Tamara

## Proyección de la depreciación

A continuación, se demuestra la proyección de la depreciación de los activos fijos y de los equipos electrónicos dentro de un período de cinco años detallado en la siguiente tabla, de igual manera los costos.

**Tabla 47. PROYECCION DE LA DEPRECIACION**

proyeccion de la depreciacion					
Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escritorio de madera	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50
Taburetes	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00
Sillas de oficina	\$ 29,60	\$ 29,60	\$ 29,60	\$ 29,60	\$ 29,60
casillero 1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
casilleros 2	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50
casilleros 3	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
casilleros 4	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
CANDADOS INTELIGENTES	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00
Computador	\$ 132,65	\$ 132,65	\$ 132,65		
Huawei Celular / Y5P / 32 GB	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00		
Repetidor router Wi-Fi	\$ 5,95	\$ 5,95	\$ 5,95		
telefono de oficina	\$ 5,67	\$ 5,67	\$ 5,67		
alarma de seguridad	\$ 13,33	\$ 13,33	\$ 13,33		
impresora	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 16,67		
Kit de camaras de seguridad	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 545,86</b>	<b>\$ 545,86</b>	<b>\$ 545,86</b>	<b>\$ 291,60</b>	<b>\$ 291,60</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## Detalle de Costos

Para poder describir el detalle de costos de la empresa se tomó en cuenta los costos unitarios de cada producto y su unidad de medida, por lo tanto se proyecta su costo mensual y anual respectivamente.

**Tabla 48. Detalles de costos**

Descripcion del producto	unidad de medida	cantidad	costo unitario	costo mensual	costo anual
<b>materiales y suministros</b>				<b>\$ 39,00</b>	<b>\$ 468,00</b>
esferos marca big	unidades	6	\$ 0,25	\$ 1,50	\$ 18,00
corrector	unidades	1	\$ 0,65	\$ 0,65	\$ 7,80
borrador	unidades	1	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 3,00
tintas de impresora	centimetros cubicos	2	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 84,00
caja de clips	unidades	1	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 3,00
lapiz	unidades	2	\$ 0,55	\$ 1,10	\$ 13,20
carpetas bene grande	unidades	5	\$ 3,00	\$ 15,00	\$ 180,00
post it pequeño	unidades	2	\$ 1,15	\$ 2,30	\$ 27,60
resaltadores	unidades	1	\$ 0,45	\$ 0,45	\$ 5,40
sobres de manila F3	unidades	5	\$ 0,10	\$ 0,50	\$ 6,00
resmas de papel A4	unidades	2	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>Mano de Obra Operativa</b>				<b>\$ 2.905,16</b>	<b>\$ 34.861,95</b>
repcionista 1	Horas	360	\$ 2,58	\$ 928,39	\$ 11.140,65
personal de seguridad	Horas	360	\$ 2,58	\$ 928,39	\$ 11.140,65
Asesor de servicio al cliente	Horas	360	\$ 2,58	\$ 928,39	\$ 11.140,65
Personal de limpieza	Horas	60	\$ 2,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
<b>Costos indirectos</b>				<b>\$ 53,55</b>	<b>\$ 642,65</b>
depreciacion de equipos electronicos	monetaria	8	\$ 1,69	\$ 13,55	162,6504
<b>Costos Directos</b>					<b>\$ 1.020,00</b>
servicios basicos	monetaria	2	\$ 22,50	\$ 45,00	\$ 540,00
internet	megabytes	300	\$ 0,13	\$ 40,00	\$ 480,00
<b>Total</b>			<b>\$ 49,21</b>	<b>\$ 2.997,72</b>	<b>\$ 36.992,60</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## Proyección de Costos

Para la proyección de costos se toma en cuenta el período de tiempo de cinco años futuros y se analiza en base a la tasa de inflación de 0,97% de los últimos cinco años. La proyección de costos nos ayuda a tener una mejor valoración a futuro, fijar prioridades y conseguir una eficiente asignación y control de los recursos, evitando costos innecesarios para la empresa.

**Tabla 49. Proyección de costos**

descripcion	costo mensual	costos		total año 1	costos		total año 2	costos		total año 3	costos		total año 4	costo		total año 5
		fijos	variable		fijo	variable		fijo	variable		fijo	variable		fijo	variable	
materiales y suministro	\$ 39,00	X		\$ 468,00	X		\$ 472,54	X		\$ 477,12	X		\$ 481,75	X		\$ 486,42
mano de obra	\$ 2.905,16	X		\$ 34.861,95	X		\$ 35.200,11	X		\$ 35.541,55	X		\$ 35.886,31	X		\$ 36.234,40
costos indirectos	\$ 53,55		X	\$ 642,65		X	\$ 648,88		X	\$ 655,18		X	\$ 661,53		X	\$ 667,95
costos directos	\$ 40,00		X	\$ 480,00		X	\$ 484,66		X	\$ 489,36			\$ 494,10		X	\$ 498,90
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.037,72</b>			<b>\$ 36.452,60</b>			<b>\$ 36.806,19</b>			<b>\$ 37.163,21</b>			<b>\$ 37.523,69</b>			<b>\$ 37.887,67</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

Se puede observar que en la Tabla 49 el primer año se tiene un costo total de \$36.452.60 ya que en el quinto años el valor incrementa \$1435.07 y se obtiene un valor total de \$37.887.67

## Detalle de Gastos

A continuación tenemos el detalle completo de los gastos que se tendrán en cuenta dentro de la empresa tanto mensual como anual y su constancia en porcentajes a nivel mensual.

A

**Tabla 50. DETALLE DE GASTOS**

detalle	unidad de medida	valor unitario	frecuencia mensual de gasto	valor mensual	valor anual
<b>Gasto Administrativos</b>			<b>95,02%</b>	<b>\$ 1.431,85</b>	<b>\$ 17.182,20</b>
Gerente general	Horas	\$ 3,20	63,80%	\$ 961,38	\$ 11.536,60
Contador	Horas	\$ 2,50	29,86%	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Depreciacion de muebles y enseres	meses	\$ 2,92	1,36%	\$ 20,47	\$ 245,60
<b>Gastos en ventas</b>			<b>4,98%</b>	<b>\$ 75,00</b>	<b>\$ 900,00</b>
Publicidad	monetario	\$ 25,00	4,98%	\$ 75,00	\$ 900,00
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>	<b>\$ 1.506,85</b>	<b>\$ 18.082,20</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

Los gastos administrativos nos permiten realizar actividades de manera satisfactoria, misma que influyen directamente en las labores de la alta dirección o contabilidad.

## Proyección Gastos

En el siguiente cuadro se detalla la proyección de los gastos de la empresa a 5 años de funcionamiento teniendo en cuenta el gasto mensual hasta el anual, además de la tasa de inflación del 0,94% (2022) de los últimos cinco años:

**Tabla 51. PROYECCIÓN DE GASTOS**

Descripción	Gasto mensual	costos		total año 1	costos		total año 2	costos		total año 3	costos		total año 4	costo		total año 5
		fijos	variable		fijo	variable		fijo	variable		fijo	variable		fijo	variable	
<b>Gastos administrativos</b>	<b>\$ 1.431,85</b>			<b>\$ 17.182,20</b>			<b>\$ 17.348,87</b>			<b>\$ 17.517,15</b>			<b>\$ 17.687,07</b>			<b>\$ 17.858,63</b>
Gerente general	\$ 961,38	X		\$ 11.536,60	X		\$ 11.648,51	X		\$ 11.761,50	X		\$ 11.875,58	X		\$ 11.990,78
Contador	\$ 450,00	X		\$ 5.400,00	X		\$ 5.452,38	X		\$ 5.505,27	X		\$ 5.558,67	X		\$ 5.612,59
Depreciación de muebles y enseres	\$ 20,47	X		\$ 245,60	X		\$ 247,98	X		\$ 250,39	X		\$ 252,82	X		\$ 255,27
<b>Gastos en ventas</b>	<b>\$ 75,00</b>			<b>\$ 900,00</b>			<b>\$ 908,73</b>			<b>\$ 917,54</b>			<b>\$ 926,44</b>			<b>\$ 935,43</b>
Publicidad	\$ 75,00	X		\$ 900,00			\$ 908,73			\$ 917,54			\$ 926,44			\$ 935,43
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.506,85</b>			<b>\$ 18.082,20</b>			<b>\$ 18.257,60</b>			<b>\$ 18.434,70</b>			<b>\$ 18.613,51</b>			<b>\$ 18.794,06</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

#### 5.4 Plan de Financiamiento

La inversión inicial se distribuirá en partes iguales para todos los socios que formen parte del proyecto en este caso son 4 de los cuales a cada uno le toca la cantidad de \$5.549.62 con una repartición del 25% cada uno.

**Tabla 52. PLAN DE FINANCIAMIENTO**

descripcion	Total USD	parcial %	total %
<b>Recursos Propios</b>	<b>\$ 22.198,50</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Socio A	\$ 5.549,62	25%	25%
Socio B	\$ 5.549,62	25%	25%
Socio C	\$ 5.549,62	25%	25%
Socio D	\$ 5.549,62	25%	25%
<b>Total</b>	<b>\$ 22.198,50</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

#### Forma de financiamiento

Cuando se inicia un negocio se necesita de un capital que brinda el dueño o los futuros socios del emprendimiento. En el caso de este proyecto se contará con el 100% de recursos propios, el financiamiento del proyecto estará cubierto por dinero propio de cada uno de los accionistas.



## 5.5 Cálculo de Ingresos

Para concluir el cálculo de los ingresos se toma en cuenta la cantidad de servicios ofertados en la Tabla 53 que es de \$86400 para el año 1 con un precio de venta de \$0.75 por casillero.

**Tabla 53. CÁLCULO DEL INGRESO ANUAL**

<b>Año</b>	<b>oferta servicios</b>	<b>ingresos</b>
<b>2023</b>	86400	64800
2024	95040	71280
2025	103680	77760
<b>2026</b>	112320	84240
2027	120960	90720

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## Proyección de Ingresos

Una vez calculado el valor de ingresos anuales se realizar la proyección de estos a cinco años, teniendo en cuenta el total de servicios ofrecidos anualmente, la tasa de crecimiento del sector es del 1.56% y el promedio de la tasa de inflación de los últimos cinco años es del 0,96%.

**Tabla 54. PROYECCIÓN DE INGRESOS**

productos	cantidad	precio total	total año 1	cantidad	precio total	total año 2	cantidad	precio total	total año 3	cantidad	precio total	total año 4	cantidad	precio total	total año 5
servicios de lockers	86400	\$ 0,75	\$ 64.800,00	95040	\$ 0,75	\$ 71.280,00	103680	\$ 0,75	\$ 77.760,00	112320	\$ 0,75	\$ 84.240,00	120960	\$ 0,75	\$ 90.720,00
<b>total</b>			\$ 64.800,00			\$ 71.280,00			\$ 77.760,00			\$ 84.240,00			\$ 90.720,00

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## 5.6 Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se aplica la siguiente fórmula y así se determina las unidades mínimas del servicio que se deben vender para alcanzar el punto necesario donde no haya ganancias ni pérdidas, así se determina también el índice de utilidad.

$$PE u = CF / PVU - CVU$$

Indicadores Costos Variables (CV)

Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

Luego de examinar los indicadores de la fórmula se debe tener en cuenta el precio unitario de venta que es de \$0.75, se recopila los datos de los costos fijos y variables necesarios para determinar la fórmula mencionada,

**Tabla 55. Punto de equilibrio**

tipo	detalle	valores
	<b>costos fijos</b>	<b>\$ 52.944,15</b>
CF	Mano de obra directa	\$ 34.861,95
	Gastos Administrativos	\$ 17.182,20
	Gastos en ventas	\$ 900,00
CV	<b>Costos variables</b>	<b>\$ 1.110,65</b>
	Costos indirectos	\$ 642,65
	material y suministros	\$ 468,00

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

Primero se calcula el CVU que es el Costo Variable por Unidad, manteniendo el número de unidades necesarias del primer año que es de 86.400

$$CVU = CV / UNIDADES$$

$$CVU = 1.110.65 / 86.400$$

$$CVU = 0.01$$

**Tabla 56. Costo de valor unitario**

		CV
		UNIDADES AÑO 1
CVU	0,01	
		CF
PE	71823	PV-CVU
<b>INGRESO EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 53.867,42</b>	
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 54.054,80</b>	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

Con el resultado obtenido del CVU se procede a calcular la fórmula del punto de equilibrio previamente indicada:

$$PE u = 52.944.15 / 0.75 - 0.0.1$$

$$PE u = 71.823$$

## 5.7 Estado de Resultados Proyectado

Para el estado de resultados se toma en cuenta tanto los ingresos como los egresos con una proyección de 5 años para su cálculo.

**Tabla 57. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

	DESCRIPCION	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
	ingresos por ventas	\$ 64.800,00	\$ 71.280,00	\$ 77.760,00	\$ 84.240,00	\$ 90.720,00
(-)	costo de ventas	\$ 36.452,60	\$ 36.806,19	\$ 37.163,21	\$ 37.523,69	\$ 37.887,67
(=)	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 28.347,40</b>	<b>\$ 34.473,81</b>	<b>\$ 40.596,79</b>	<b>\$ 46.716,31</b>	<b>\$ 52.832,33</b>
(-)	gastos de ventas	\$ 900,00	\$ 908,73	\$ 917,54	\$ 926,44	\$ 935,43
(=)	<b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	<b>\$ 27.447,40</b>	<b>\$ 33.565,08</b>	<b>\$ 39.679,24</b>	<b>\$ 45.789,86</b>	<b>\$ 51.896,89</b>
(-)	gastos administrativos	\$ 17.182,20	\$ 17.348,87	\$ 17.517,15	\$ 17.687,07	\$ 17.858,63
(=)	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 10.265,20</b>	<b>\$ 16.216,21</b>	<b>\$ 22.162,09</b>	<b>\$ 28.102,79</b>	<b>\$ 34.038,26</b>
(-)	gastos financieros	0	0	0	0	0
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>\$ 10.265,20</b>	<b>\$ 16.216,21</b>	<b>\$ 22.162,09</b>	<b>\$ 28.102,79</b>	<b>\$ 34.038,26</b>
(-)	15% participacion trabajadores	\$ 1.539,78	\$ 2.432,43	\$ 3.324,31	\$ 4.215,42	\$ 5.105,74
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 8.725,42</b>	<b>\$ 13.783,78</b>	<b>\$ 18.837,78</b>	<b>\$ 23.887,37</b>	<b>\$ 28.932,52</b>
(-)	impuesto a la renta	\$ 2.181,35	\$ 3.445,95	\$ 4.709,44	\$ 5.971,84	\$ 7.233,13
(=)	<b>UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 6.544,06</b>	<b>\$ 10.337,84</b>	<b>\$ 14.128,33</b>	<b>\$ 17.915,53</b>	<b>\$ 21.699,39</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## 5.8 Flujo de Caja

Analiza las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa en un período determinado. Los flujos de caja proporcionan información de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por lo cual resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa. En el caso de la empresa HARKAY el flujo de caja va en aumentando a lo largo de los años.

**Tabla 58. FLUJO DE CAJA**

	DESCRIPCION	año 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>A.</b>	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	\$ -	\$ 64.800,00	\$ 71.280,00	\$ 77.760,00	\$ 84.240,00	\$ 90.720,00
	ingresos por ventas	\$ -	\$ 64.800,00	\$ 71.280,00	\$ 77.760,00	\$ 84.240,00	\$ 90.720,00
<b>B.</b>	<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>	\$ -	\$ 54.534,80	\$ 55.063,79	\$ 55.597,91	\$ 56.137,21	\$ 56.681,74
	costos	\$ -	\$ 36.452,60	\$ 36.806,19	\$ 37.163,21	\$ 37.523,69	\$ 37.887,67
	administrativos	\$ -	\$ 17.182,20	\$ 17.348,87	\$ 17.517,15	\$ 17.687,07	\$ 17.858,63
	gastos de ventas	\$ -	\$ 900,00	\$ 908,73	\$ 917,54	\$ 926,44	\$ 935,43
<b>C.</b>	<b>FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>	\$ -	\$ 10.265,20	\$ 16.216,21	\$ 22.162,09	\$ 28.102,79	\$ 34.038,26
<b>D.</b>	<b>INGRESOS NO OPERACIONAL</b>	\$ -	0	0	0	0	0
	recursos propios	\$ -	0	0	0	0	0
	credito a corto plazo o largo plazo	\$ -	0	0	0	0	0
	otros ingresos	\$ -	0	0	0	0	0
<b>E.</b>	<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	\$ 22.198,50	\$ 3.721,13	\$ 5.878,38	\$ 8.033,76	\$ 10.187,26	\$ 12.338,87
	gastos financieros	\$ -	0	0	0	0	0
	pago de creditos a largo plazo	\$ -	0	0	0	0	0
	pago de participacion de utilidades	\$ -	\$ 1.539,78	\$ 2.432,43	\$ 3.324,31	\$ 4.215,42	\$ 5.105,74
	pagos de impuestos a la renta	\$ -	\$ 2.181,35	\$ 3.445,95	\$ 4.709,44	\$ 5.971,84	\$ 7.233,13
	compra de activos fijos	\$ 3.678,86	0	0	0	0	0
	otros ingresos	\$ 18.519,64	0	0	0	0	0
<b>F.</b>	<b>FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>	\$ -22.198,50	\$ -3.721,13	\$ -5.878,38	\$ -8.033,76	\$ -10.187,26	\$ -12.338,87
<b>G.</b>	<b>FLUJO NETO GENERADO (C-F)</b>	\$ -22.198,50	\$ 6.544,06	\$ 10.337,84	\$ 14.128,33	\$ 17.915,53	\$ 21.699,39
<b>H.</b>	<b>AJUSTE POR DEPRECIACION</b>		\$ 545,86	\$ 545,86	\$ 545,86	\$ 291,60	\$ 291,60
<b>I.</b>	<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	\$ -22.198,50	\$ 7.089,93	\$ 9.791,97	\$ 13.582,47	\$ 17.623,93	\$ 21.407,79

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

## 5.9 Evaluación financiera

Encontramos todos los resultados obtenidos de los literales anteriores, con el fin de poder determinar si el plan de negocios es rentable y factible para su aplicación en base a los cálculos de los siguientes indicadores financieros.

### Indicadores

#### *Valor actual neto VAN*

Antes de poder determinar el VAN debemos calcular el TMAR o Tasa Mínima Aceptable, este último se calcula con los datos de los fondos propios con su respectiva participación, en este caso se establece una tasa de riesgo del plan de negocios del 11% que es un aproximado de la tasa de interés, y, por último, se fija la tasa de inflación de los últimos cinco años que es del 0,94%.

**Tabla 59. Tasa de descuento**

TMAR	
Riesgo	0,11
Inflacion	0,0097
TMAR	0,1208
	<b>12,08%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

Conociendo el resultado obtenido de la Tasa de Descuento que es de 12.08% se procede a calcular con dicho dato el VAN.

**Tabla 60. Tasa de descuento**

tasa de descuento				
Detalle	%Participacion	Tasas	%ponderacion	porcentaje
fondos propios	1	0,1208	0,120767	<b>12,08%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Tabla 61. Calculo del VAN**

año	FNC	INDICE	FNC/INDICE
0	\$ - 22.198,50		\$ - 22.198,50
1	\$ 7.089,93	1,12	\$ 6.325,96
2	\$ 9.791,97	1,26	\$ 7.795,42
3	\$ 13.582,47	1,41	\$ 9.647,90
4	\$ 17.623,93	1,58	\$ 11.169,70
5	\$ 21.407,79	1,05	\$ 20.399,06
		<b>VAN</b>	\$ 33.139,54
		<b>TIR</b>	42,97%

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

Con el valor del VAN procedemos a calcular el TIR para identificar la rentabilidad de la empresa y su factibilidad, una vez obtenido el resultado del TIR que es de 42.97% que redondeado se representará como un 43% se aplica este valor para corroborar que el resultado del VAN sea igual a 0.

**Tasa Interna de Retorno (TIR)**

**Tabla 62. Calculo del TIR**

año	FNC	INDICE	FNC/INDICE
0	\$ -22.198,50		\$ -22.198,50
1	\$ 7.089,93	1,43	\$ 4.958,97
2	\$ 9.791,97	2,04	\$ 4.790,44
3	\$ 13.582,47	2,92	\$ 4.647,71
4	\$ 17.623,93	4,18	\$ 4.218,11
5	\$ 21.407,79	5,97	\$ 3.583,78
		<b>VAN</b>	0%
		<b>TIR</b>	42,97%

**TMAR**

<b>Riesgo</b>	0,11
<b>Inflacion</b>	0,0097
<b>TMAR</b>	0,1208
	<b>12,08%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara



### *Beneficio Costo*

Nos permite comparar los ingresos de un proyecto con relación a la inversión. Se asume la aceptación del proyecto si la relación es mayor a 1:

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

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

VAC: Valor actual de la inversión inicial

**Tabla 63. Beneficio costo**

<b>AÑO</b>	<b>ingreso</b>	<b>costos</b>	<b>ingresos actualizados</b>	<b>costos actualizados</b>
<b>0</b>		\$ 22.198,50		\$ 22.198,50
<b>1</b>	\$ 64.800,00	\$ 54.534,80	\$ 57.817,55	\$ 48.658,46
<b>2</b>	\$ 71.280,00	\$ 55.063,79	\$ 56.746,23	\$ 43.836,45
<b>3</b>	\$ 77.760,00	\$ 55.597,91	\$ 55.234,48	\$ 39.492,30
<b>4</b>	\$ 84.240,00	\$ 56.137,21	\$ 53.389,64	\$ 35.578,65
<b>5</b>	\$ 90.720,00	\$ 56.681,74	\$ 86.445,28	\$ 54.010,89
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 388.800,00</b>	<b>\$ 300.213,94</b>	<b>\$ 309.633,17</b>	<b>\$ 243.775,26</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

Con este cálculo se puede determinar que por cada \$1.00 que se invierta en el plan de negocios tendrá una ganancia de \$1.27, tomando en cuenta los porcentajes arrojados con las tasas del VAN de cada año proyectado.

### ***Período de Recuperación***

Para este cálculo se toma en cuenta el flujo de caja y el flujo de caja actualizado con la tasa del VAN que ha sido de igual manera proyectado para cada año, esto con el fin de poder determinar un tiempo exacto del período de recuperación y se aplica la fórmula necesaria para poder determinar y analizar el número de períodos necesarios para la recuperación.

**Tabla 64. Período de recuperación**

año	flujo de caja	flujo de caja actualizado	flujo de caja actualizado acumulado
0	\$ -22.198,50	\$ -22.198,50	\$ -22.198,50
1	\$ 7.089,93	6325,96	\$ 13.415,88
2	\$ 9.791,97	\$ 6.955,43	\$ 16.747,41
3	\$ 13.582,47	\$ 9.647,90	\$ 23.230,37
4	\$ 17.623,93	\$ 11.169,70	\$ 28.793,63
5	\$ 21.407,79	\$ 20.399,06	\$ 41.806,85

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

**Tabla 65. Equivalencia de tiempo**

equivalencia	2,26	periodo	equivalencia	tiempo parcial	tiempo real
		meses	0,26	3,12	3meses
		días	0,03	1,04	1día

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** De la Cruz Evelyn Tamara

En este último cálculo podemos observar que el período necesario para la recuperación de la inversión estará en un tiempo aproximado de 1 años, 3 meses y 1 día, de esta manera se determina tiempos más precisos y reales.

## Referencias

- Bello, E. (07 de febrero de 2022). *IEBS marketing digital* . Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>
- Descentralizado, G. a. (28 de 03 de 2022). *Gob.ec*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
- Guadalupe, G., Morales, X., Palacio-Fierro, A., Morales, D. (2018). Ecuador: Ciclo de vida de las MIPYMES en la última década. Sectores: vestimenta y alimentos. Obtenido de <https://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/935>
- Heraldo, E. (25 de marzo de 2023). *El heraldo*. Obtenido de <https://www.elheraldo.com.ec/la-delincuencia-sigue-en-aumento-en-quito/intelectuales>, s. n. (s.f.). *Senadi*.
- Ministerio del trabajo. (2022). *ministerios del trabajo* . Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- Quito, G. A. (28 de 03 de 2022). *portal unico de tramite de ciudadanos*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
- Palacio Fierro, A., & Mantilla Garces, D. (2019). Gestión de Riesgos, Planeación, Dirección y Control en las PYMES: un estudio descriptivo. Obtenido de <https://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/1500>
- Raeburn, A. (1 de julio de 2021). *Asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- SENADI. (2022). *derechos intelectuales*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/super-intendencia-de-companias>, v. y. (14 de 1 de 2022). *Gob.ec*. Obtenido de <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>
- Tapia, E. (13 de marzo de 2023). *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/factores-amenazan-crecimiento-economia-ecuador/#:~:text=Foto%3A%20Archivo%20Petroecuador-,La%20inestabilidad%20pol%C3%ADtica%20y%20un%20precio%20del%20petr%C3%B3leo%20bajo%20est%C3%A1n,de%20la%20econom%C3%ADa%20detrabajo>, m. d. (2022). *Ministerio de trabajo*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>



## **ANEXOS**

### **ENCUESTA PARA IMPLEMENTAR UN SERVICIO DE LOCKERS EN EL CENTRO TURISTICO DE SAN BLAS DE LA CIUDAD DE QUITO**

1.- ¿Visita usted el Centro Histórico de Quito?

Si

No

2.- ¿Usted con qué frecuencia visita el Centro Histórico de Quito?

Semestral

Mensual

Trimestral

Semestral

Anual

3.- ¿Usted suele realizar compras al momento de visitar el Centro Histórico de Quito?

Si

No

4.- ¿Cuando usted realiza compras le gustaría tener un lugar para dejar lo adquirido o sus pertenencias para seguir visitando el Centro histórico de Quito?

Si

No

5.- ¿Conoce usted acerca de un servicio de lockers o similar a este?

Si

No

6.- ¿Qué tamaño de lockers le gustaría?

Mini casilleros para celulares

Casilleros pequeños

Casilleros medianos

Casilleros grande

Casilleros gigante

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar la hora por este servicio?

de \$0,49 a \$2,50 la hora

de \$0,75 a \$3 la hora

de \$ 0,99 a \$3,50 la hora

de \$1,25 a \$4 la hora

8.- ¿le gustaría que este servicio ofrezca un paquete de precios por día?

Si

No

9.- ¿Le gustaría que dicho servicio cuente con wi-fi, cámaras de seguridad, asociación con cooperativa de taxis, puntos de información sobre la zona y diversos cargadores en caso de que lo necesitara?

Si

No

10.- ¿Por qué medio le gustaría enterarse de este servicio?

Radio

Volantes

Redes sociales (Facebook, Instagram, twitter, Tik Tok)

Televisión

11.- ¿Usaría un servicio de lockers al momento de realizar sus actividades que le recuerde recoger su equipaje a través de una app?

Si

No

12.- ¿Confiaría en este servicio de encargo por casilleros?

Si

No