



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA OFERTA DE SERVICIOS DE
DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES CON APLICACIÓN DE
DOMÓTICA EN LA CIUDAD DE QUITO.**

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

Autor(a)

Sampedro Villegas Bryan Andrés

Tutor(a)

Econ. Mercedes Fabiola Galarraga
Carvajal. MBA

QUITO – ECUADOR

2021

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

Yo, Sampedro Villegas Bryan Andrés, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocios para la oferta de servicios de diseño y decoración de interiores con aplicación de domótica en la ciudad de Quito”, Como requisito para optar al grado de Licenciado 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 15 Días del mes de Julio de 2021, firmo conforme:

Autor: Bryan Andrés Sampedro Villegas



Firma:

Número de Cédula: 1725636763

Dirección: Pichincha, Quito, Cotocollao, 23 de Junio.

Correo Electrónico: bryanmh13@gmail.com

Teléfono: 0969045874

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA OFERTA DE SERVICIOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES CON APLICACIÓN DE DOMÓTICA EN LA CIUDAD DE QUITO”, presentado por Sampedro Villegas Bryan Andres, para optar por el Título de Licenciado en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

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

Quito, 15 de Julio del 2021



Econ. Mercedes Fabiola Galarraga Carvajal. MBA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

Quito, 15 de Julio del 2021

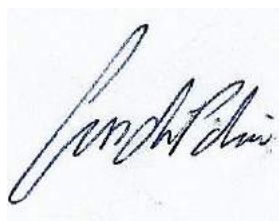
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sampedro Bryan', with a stylized flourish at the end.

Bryan Andrés Sampedro Villegas
1725636763

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA OFERTA DE SERVICIOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES CON APLICACIÓN DE DOMÓTICA EN LA CIUDAD DE QUITO”, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 15 de julio de 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andrés Palacio Fierro', written in a cursive style.

Ing. Andrés Palacio Fierro, M.Sc
VOCAL

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Marcelo Ríos', written in a cursive style.

Ing. Marcelo Ríos
VOCAL

DEDICATORIA

A mi familia por ser mi apoyo incondicional en mi carrera universitaria y a lo largo de la vida. Por su esfuerzo, dedicación y amor.

Y a todas las personas especiales que me acompañan en esta etapa.

Bryan Sampedro

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento va dirigido hacia mis padres que me dado la oportunidad, de estudiar, y de ser mejor cada día con los valores que me han enseñado.

A mis hermanos parte fundamental de mi vida para lograr y superar cada obstáculo. A los docentes por su orientación y tiempo entregado para lograr este proyecto. Muchas gracias a todos.

Bryan Sampedro

ÍNDICE DE CONTENIDOS

UNIVERSIDAD	1
AUTORIZACIÓN	2
APROBACIÓN DEL TUTOR	3
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	4
APROBACIÓN TRIBUNAL	5
DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTO	7
ÍNDICE DE TABLAS.....	10
ÍNDICE DE FIGURAS.....	12
RESUMEN EJECUTIVO.....	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	15
1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	17
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	17
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	17
1.2.1 <i>Fundamentación del Servicio o Producto.....</i>	<i>17</i>
1.2.2 <i>Tabla de características del producto o servicio</i>	<i>18</i>
1.3 MERCADO	18
1.3.1 <i>Público objetivo de su producto o servicio.....</i>	<i>19</i>
1.4 DEMANDA POTENCIAL	41
1.5 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	45
1.5.1 <i>Análisis del micro ambiente.....</i>	<i>46</i>
1.5.2 <i>Análisis del macro ambiente.....</i>	<i>46</i>
1.5.3 <i>Proyección de la oferta.</i>	<i>48</i>
1.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	50
1.7 DISEÑO DE MARCA (BRANDING)	51
1.8 ESTRATEGIAS DE MARKETING	52
1.9 PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ	52
1.10 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	53
1.11 SEGUIMIENTO DE CLIENTES	54
1.12 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS.....	55
2 OPERACIONES.....	56
2.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	56
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	56
2.2.1 <i>Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.</i>	<i>56</i>
2.2.2 <i>Estructura de la empresa (Macro procesos)</i>	<i>58</i>
2.2.3 <i>Descripción de instalaciones, equipos y personas.</i>	<i>61</i>
2.2.4 <i>DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS.....</i>	<i>63</i>
2.2.5 <i>DESCRIPCIÓN DE PERSONAS.....</i>	<i>66</i>
2.2.6 <i>DESCRIPCIÓN POR HORAS POR PERSONA</i>	<i>66</i>
2.2.7 <i>Tecnología a aplicar.....</i>	<i>67</i>
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	68
2.3.1 <i>Capacidad de Producción Futura.</i>	<i>68</i>
2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	68
2.4.1 <i>Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.</i>	<i>68</i>
2.5 CALIDAD.....	69
2.5.1 <i>Método de Control de Calidad.</i>	<i>69</i>
2.6 NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO.....	70
2.6.1 <i>Seguridad e higiene ocupacional</i>	<i>71</i>
3 ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	73
3.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	73

3.2	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	73
3.2.1	<i>Visión de la Empresa</i>	73
3.2.2	<i>Misión de la Empresa</i>	73
3.2.3	<i>Objetivos y estrategias</i>	74
3.3	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	78
3.3.1	<i>Organización Interna</i>	78
3.3.2	<i>Descripción de puestos.</i>	80
3.4	CONTROL DE GESTIÓN	85
3.4.1	<i>Indicadores de gestión</i>	85
3.4.2	<i>Necesidades De Personal</i>	86
4	JURÍDICO LEGAL.....	87
4.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	87
4.2	DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	87
4.3	REGISTROS DE MARCAS	89
4.4	LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES	92
5	EVALUACIÓN FINANCIERA	94
5.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	94
5.2	PLAN DE INVERSIONES.....	94
5.3	CAPITAL DE TRABAJO	96
5.4	CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	97
5.4.1	<i>Mano de Obra</i>	97
5.4.2	<i>Depreciación</i>	99
5.4.3	<i>Proyección de la depreciación</i>	100
5.4.4	<i>Detalle de Costos</i>	100
5.4.5	<i>Proyección de Costos</i>	103
5.4.6	<i>Detalle de Gastos</i>	104
5.4.7	<i>Proyección Gastos</i>	106
5.5	PLAN DE FINANCIAMIENTO	108
5.6	CÁLCULO DE INGRESOS.....	109
5.7	PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	111
5.8	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	112
5.9	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	115
5.10	FLUJO DE CAJA	117
5.11	EVALUACIÓN FINANCIERA	119
5.11.1	<i>Indicadores</i>	119
5.11.1.1	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	119
	BIBLIOGRAFÍA	124

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 CARACTERÍSTICAS PRODUCTO/SERVICIO	18
TABLA 2 CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS	19
TABLA 3 DIMENSION CONDUCTUAL	20
TABLA 4 DIMENSION GEOGRAFICA- CONSUMIDORES.....	20
TABLA 5 DIMENSION DEMOGRÁFICA-CONSUMIDORES	21
TABLA 6 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN	23
TABLA 7 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN 2.....	23
TABLA 8 GÉNERO	28
TABLA 9 IMPLEMENTARÍA DOMÓTICA.....	29
TABLA 10 TIENE SERVICIOS DE DOMÓTICA	30
TABLA 11 PREFERENCIA DE ESTILO DE DISEÑO.....	31
TABLA 12 PREFERENCIA EN UN SERVICIO DE DISEÑO	32
TABLA 13 FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN	34
TABLA 14 SITIO DE SU DEPARTAMENTO QUE LE GUSTARÍA DECORAR	35
TABLA 15 PRODUCTO DE SU INTERÉS	36
TABLA 16 SERVICIOS DE INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y ASESORAMIENTO.....	38
TABLA 17 CUÁNTO GASTARÍA EN LOS SERVICIOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES.	39
TABLA 18 MEDIO DE COMUNICACIÓN Y DONDE LE GUSTARÍA ADQUIRIR EL SERVICIO	40
TABLA 19 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR PERSONA	42
TABLA 20 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN UNIDADES	44
TABLA 21 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR UNIDAD	44
TABLA 22MATRIZ PERFIL COMPETITIVO.....	47
TABLA 23 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR UNIDAD	49
TABLA 24 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA ANUAL.....	50
TABLA 25 PUBLICIDAD	53
TABLA 26 SEGUIMIENTO DE CLIENTES	55
TABLA 27 SÍMBOLOS DEL FLUJO DE PROCESOS	60
TABLA 28 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS	63
TABLA 29 DESCRIPCIÓN POR PERSONAS	66
TABLA 30 DESCRIPCIÓN POR HORAS POR PERSONA	67
TABLA 31 PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN DIARIA, SEMANAL, MENSUAL Y ANUAL.....	68
TABLA 32 MATERIAS PRIMAS Y GRADO DE SUSTITUCIÓN.....	69
TABLA 33 FODA	74
TABLA 34 MATRIZ EFE.....	74
TABLA 35 MATRIZ EFI.....	75
TABLA 36 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE GERENTE	81
TABLA 37 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DEL OPERARIO	82
TABLA 38 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DEL ASISTENTE TÉCNICO	83

TABLA 39 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DEL ASISTENTE DE VENTAS Y MARKETING	84
TABLA 40 INDICADORES DE GESTION	85
TABLA 41 NECESIDAD DE PERSONAL	86
TABLA 42 LICENCIAS Y DOCUMENTOS LEGALES	92
TABLA 43 PLAN DE INVERSIÓN	94
TABLA 44 CAPITAL DE TRABAJO	96
TABLA 45 MANO DE OBRA.....	98
TABLA 46 PROYECCIÓN MANO DE OBRA	98
TABLA 47 CÁLCULO DE LAS DEPRECIACIONES	99
TABLA 48 PROYECCION DE LA DEPRECIACION	100
TABLA 49 DETALLE DE COSTOS - SERVICIOS	101
TABLA 50 PROYECCION DE COSTOS	103
TABLA 51 DETALLE DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	104
TABLA 52 DETALLE DE GASTOS DE VENTAS.....	105
TABLA 53 PROYECCIÓN DE GASTOS	106
TABLA 54 PROYECCIÓN DE GASTOSDE VENTAS	107
TABLA 55 PLAN DE FINANCIAMIENTO	108
TABLA 56 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA UNITARIO	109
TABLA 57 CÁLCULO DEL INGRESO ANUAL.....	110
TABLA 58 PROYECCIÓN DE INGRESOS	111
TABLA 59 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	113
TABLA 60 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	114
TABLA 61 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	116
TABLA 62 FLUJO DE CAJA	117
TABLA 63 CÁLCULO DE TMAR.....	119
TABLA 64 CÁLCULO VAN.....	120
TABLA 65 CÁLCULO DEL TIR	121
TABLA 66 CÁLCULO DE PLAYBACK.....	123

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 CUESTIONARIO.....	25
FIGURA 2 GÉNERO	28
FIGURA 3 IMPLEMENTARÍA DOMÓTICA	29
FIGURA 4 TIENE SERVICIOS DE DOMÓTICA	30
FIGURA 5 PREFERENCIA DE ESTILO DE DISEÑO.....	31
FIGURA 6 PREFERENCIA EN UN SERVICIO DE DISEÑO	33
FIGURA 7 FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN.....	34
FIGURA 8 SITIO DE SU DEPARTAMENTO QUE LE GUSTARÍA DECORAR	35
FIGURA 9 PRODUCTO DE SU INTERÉS	37
FIGURA 10 SERVICIOS DE INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y ASESORAMIENTO.....	38
FIGURA 11 CUÁNTO GASTARÍA EN LOS SERVICIOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES	39
FIGURA 12 MEDIO DE COMUNICACIÓN Y DONDE LE GUSTARÍA ADQUIRIR EL SERVICIO	40
FIGURA 13 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR PERSONA	42
FIGURA 14 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR UNIDAD.....	44
FIGURA 15 CINCO FUERZAS DE MERCADO	46
FIGURA 16 PLAN DE CONTINGENCIA	47
FIGURA 17 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO POR UNIDAD	49
FIGURA 18 LOGO BS DECOR SMART HOUSE.....	51
FIGURA 19 CANAL DE DISTRIBUCIÓN DIRECTA.....	54
FIGURA 20 DIAGRAMA DE FLUJO	61
FIGURA 21 DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES EN 2D.....	62
FIGURA 22 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	77
FIGURA 23 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	77
FIGURA 24 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	79
FIGURA 25 ORGANIGRAMA FUNCIONAL	80
FIGURA 26 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	114

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

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA OFERTA DE SERVICIOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES CON APLICACIÓN DE DOMÓTICA EN LA CIUDAD DE QUITO”.

AUTOR: Bryan Andrés Sampedro Villegas

TUTOR: Mercedes Fabiola Galarraga. MBA

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se centra en el plan de negocios para la oferta de servicios de diseño y decoración de interiores con aplicación de domótica en la ciudad de Quito. El aporte innovador la implementación de domótica en los productos ensamblados, permitiendo un servicio conjunto con beneficios al consumidor. La metodología para el desarrollo del plan de negocios se realizó la encuesta a posibles clientes permitiendo determinar la demanda, posterior la oferta mediante la entrevista a especialistas del sector de diseño y decoración de interiores. Además, la investigación se basó en la conceptualización, revisión y descripción de las diferentes situaciones analizadas para cada capítulo del proyecto. Finalmente, mediante el estudio económico se desarrolló los índices financieros que permitan identificar el plan de inversión, financiamiento, costos y gastos, proyectados a los próximos cinco años correspondientes para determinar la rentabilidad y viabilidad de la empresa “Bs Decor”.

DESCRIPTORES: Comercialización, Decoración, Diseño, Domótica, Servicios.

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

THEME: “BUSINESS PLAN FOR THE OFFERING OF INTERIOR DESIGN AND DECORATION SERVICES WITH HOME AUTOMATION APPLICATION IN THE CITY OF QUITO”.

AUTHOR: Bryan Andrés Sampedro Villegas

TUTOR: Mercedes Fabiola Galarraga. MBA

ABSTRACT

This research focuses on the business plan to offer interior design and decoration services with the application of home automation in the city of Quito. The innovative contribution of the implementation of home automation in the assembled products, allowing a joint service with benefits to the consumer. The methodology for the development of the business plan was carried out by surveying possible clients, allowing determining the demand, then the offer by interviewing specialists in the interior design and decoration sector. In addition, the research was based on the conceptualization, review and description of the different situations analyzed for each chapter of the project. Finally, through the economic study, the financial indices were developed that allow the identification of the investment plan, financing, cost and expenses, projected for the next five corresponding years to determine the profitability and viability of “Bs Decor” company.

KEYWORDS: Keywords: Commercialization, Decoration, Design, Home automation

INTRODUCCIÓN

El propósito de este proyecto es la creación una empresa diseñadora y decoradora de interiores con aplicaciones de domótica. Dedicada a la comercialización, instalación y asesoría personalizada en cuanto a diseño y decoración. En el primer capítulo se plantean la parte de mercado y comercialización, en el cual se va a desarrollar el servicio. En el segundo capítulo se determinará la producción, de tal manera que tendrá de una manera especificada con los respectivos resultados y análisis. En el tercer capítulo la parte administrativa de la empresa con sus especificaciones de cada puesto laboral. En el cuarto capítulo la parte legal, como está constituida la empresa “Bs Decor”. Por último el capítulo cinco la parte financiera, desarrollar el análisis financiero para identificar la rentabilidad del plan de negocio. Para concluir se define las conclusiones y las bibliografías, referencias que van hacer utilizadas.

Objetivo General

Plan de negocios para la oferta de servicios de diseño y decoración de interiores con aplicación de domótica en la ciudad de Quito.

Objetivos Específicos

A continuación se presenta los objetivos específicos de cada capítulo:

- Determinar la investigación comercial con el problema de mercado, mediante el proceso investigativo con la ayuda de instrumentos para la obtención de la información del mercado para el plan de negocio.
- Establecer los materiales y suministro mediante la descripción del proceso de producción de transformación del servicio, para la identificación de materia prima, mano de obra y equipos.
- Desarrollar plan de organización y gestión mediante la estructura organizacional, funcional y estratégica por medio de herramientas de gestión para la para la oferta

de servicios de diseño y decoración de interiores con implementación de domótica, en la ciudad de Quito.

- Establecer los procedimientos legales y jurídicos mediante la ley de compañías para la conformación de la empresa “Bs Decor” para su funcionamiento en el Ecuador.
- Establecer los índices financieros que permitan identificar el plan de inversiones, financiamiento, costos y gastos para conocer la rentabilidad y viabilidad de la empresa "Bs Decor" en la ciudad de Quito.

CAPITULO I

1 Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

Desarrollar plan de mercadeo para la oferta de servicios de diseño y decoración de interiores con aplicación de domótica, en la ciudad de Quito.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.

La implementación de la domótica en decoraciones internas de casas, facilita el manejo, utilización y optimiza el tiempo. Brindando también seguridad y confort dentro del hogar de cada persona, sintiendo un ambiente agradable y cómodo con sus necesidades.

El diseño de interiores se va a ir actualizando debido a la aparición de la “domótica” También brinda una gran cantidad de ventajas al facilitarnos diversas tareas y también al poner a disposición un acabado de clase.

Durante el transcurso de los años, las características más demandadas en las viviendas han resultado ser una mayor facilidad, flexibilidad y a la vez una mayor interconectabilidad, con el resultado de poder satisfacer las necesidades de confort, ahorro de energía y seguridad entre las más destacadas. (Tobajas Garcia, 2014)

Instalación es el acto y la consecuencia de instalar: establecer, situar algo en el sitio debido. El término también puede aludir al conjunto de los elementos instalados y al espacio que dispone de todo lo necesario para el desarrollo de una determinada actividad. (Porto & Merino, Definición.de, 2018)

El concepto de domótica es la automatización en la vivienda controlando el (encendido, apagado, abierto, cerrado) de aparatos y sistemas de instalaciones eléctricas como electrónicos como son la iluminación, cortinas motorizadas, puertas, ventanas, etc. Puede ser de forma centralizada o remota. La objetivo principal de Smart house (casas inteligentes) es el incremento del confort, ahorro energético y seguridad de la vivienda como personal.

1.2.2 Tabla de características del producto o servicio

Tabla 1 CARACTERÍSTICAS PRODUCTO/SERVICIO

Características del producto/ servicio	Beneficios para el consumidor
Servicio de asesoramiento	Óptima decoración y diseño
Servicio de instalación	Comodidad y seguridad
Servicio de capacitación en domótica	Conocimiento y conveniencia
Servicio de mantenimiento	Seguridad y economía
Atención personalizada	Comodidad y rapidez

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Las características del producto/servicio del emprendimiento, se establecieron los 5 principales servicios que son: Asesoramiento, instalación, capacitación en domótica, mantenimiento y atención personalizada. Esto permitiendo un beneficio hacia el consumidor, satisfaciendo sus necesidades que requieran para su hogar u oficina.

1.3 Mercado

Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o deseo particular que puede ser satisfecho a través de relaciones de intercambio. (Kotler & Armstrong, 2013)

Todas las personas en general, que desee la remodelación de diseño y decoración de interiores en su hogar u oficina, con implementación de domótica. Con productos y servicios de calidad.

1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio

MERCADO OBJETIVO

Este servicio se dirige hacia las personas mayores de 25 años en la ciudad de Quito, con ingresos económicos o propietarios de casas, que puede ser hombres o mujeres, dependiendo los gustos y preferencias de cada persona en su habitación o espacio dentro del hogar. Implementando una asesoría personalizada en cuanto a diseño y decoración de interiores y domótica. Nuestro principal objetivo es convertir su espacio en un ambiente agradable y acogedor, haciendo realidad una modernización con los servicios y productos de calidad que se ofrece. Y posteriormente manteniendo los principios de transparencia y eficacia como valores corporativos de respeto y responsabilidad.

1.3.1.1 Categorización de sujetos

Determinar a los clientes con los que la empresa se relacionará de manera directa e indirecta.

Hay que categorizar a los clientes de la siguiente manera:

Tabla 2 CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Personas mayores de 25 años hacia adelante.
¿Quién usa?	Todos los miembros de la familia.
¿Quién decide?	Padre o madre o individuo.
¿Qué influye?	Clientes, círculo social y redes sociales.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

1.3.1.2 Estudio de Segmentación

Tabla 3 DIMENSION CONDUCTUAL

VARIABLE	DESCRIPCION
TIPO DE NECESIDAD:	SOCIAL, SEGURIDAD
TIPO DE COMPRA:	COMPARACION
RELACION CON LA MARCA:	SÍ
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	POSITIVA

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Tabla 4 DIMENSION GEOGRAFICA- CONSUMIDORES

VARIABLE	DESCRIPCION	POBLACIÓN 2010	TCP	TCPA	POBLACIÓN 2021
PAÍS	Ecuador	14.483.499	1.95%	21.4%	17.590,21
REGIÓN	Sierra	6.449.355	1.84%	20%	7.312,20
PROVINCIA	Pichincha	2.576.287	2.27%	25%	3.219.585,86
CANTÓN	Quito	2.239.191	1.55%	17%	2.620,97
ZONA	Urbana	1.607.734	1.55%	17%	1.881.853

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: Autor

Se investigó las diferentes áreas geográficas del país, obteniendo información del censo del INEC 2010, proyectando al año 2021, efectuando para el país con una tasa de crecimiento poblacional (TCP) del 1,95%, para la región sierra con el 1,84% y para la provincia de pichincha con el 2,27%, finalmente para el cantón Quito y zona urbana con una tasa correspondiente a 1.55%.

Tabla 5 DIMENSION DEMOGRÁFICA-CONSUMIDORES

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN			POBLACIÓN
		2010	TCP	TCPA	2021
EDAD	25 -65 años	2.098.121,967	1.55%	17%	2.455.851,76
SEXO	Mujer	1.150.380	1.55%	17%	1.346.520
	Hombre	1.088.811	1.55%	17%	1.274.4 53
NIVEL DE INGRESOS	PEA	1.249.950	1.55%	17%	1.462.442
OCUPACIÓN	Trabajo cuenta propia	179.773	1.55%	17%	267.504,1

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: Autor

Se analizó las variables de edad, sexo, socioeconómico y ocupación, a hombres y mujeres entre las edades de 25 a 65 años, recopilando información del censo del INEC 2010 y proyectando hacia el año actual 2021 con una tasa de crecimiento poblacional (TCP) del 1.55%, con el objetivo de una segmentación específica.

1.3.1.3 Plan de muestreo

Cálculo de la muestra

La encuesta consistirá en aplicar una muestra representativa basada en la siguiente fórmula $\frac{NZ^2PQ}{e^2(N-1)+Z^2PQ}$ y una serie de preguntas.

Dónde:

- n= Tamaño de la muestra
- Z= Nivel de confianza

- p= Probabilidad de éxito
- q= Probabilidad de fracaso
- N= Tamaño de la población
- e= Margen de error

Fórmula

$$n = \frac{Npqz^2}{e^2(N - 1) + Z^2pq}$$

$$n = \frac{1.881.853 * (1,96)^2 * (0.50 * 0.50)}{0.05^2(1881.853 - 1) + (1,96)^2 * (0.50 * 0.50)}$$

$$n = 384$$

N = 1.881.853 (Quito)

p = 50%= 0.50

q = 50%= 0.50

z = 0.95

e = 0.05

n= 384

Conclusión de la muestra

Una vez seleccionada la población en la Ciudad de Quito en las Parroquias de Cotocollao, Condado y Ponceano en la que se desarrollará la encuesta, además de realizados los respectivos cálculos para extraer el número exacto en el que se practicará el estudio, se deduce que la muestra es de 384 personas a encuestar.

1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

Tabla 6 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
¿Qué es la domótica?	Secundaria	Sitios Web	Bancos de datos de otras organizaciones
Tipos de equipos de domótica	Secundaria	Sitio Web	Bancos de datos de otras organizaciones
Tipos de estilo diseño y decoración	Secundaria	Sitio Web	Bancos de datos de otras organizaciones
Beneficios de la domótica	Secundaria	Sitio Web	Servicios agrupados
Costos de aparatos para la domótica	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Mantenimientos de la domótica	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Capacitación para el Manejo automatización	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Tabla 7 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN 2

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Conoce el tema de la domótica	Primaria	Padres de familia	Encuesta
Preferencias de diseño y decoración de casas	Primaria	Padres de familia	Encuesta

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

1.3.1.5 Diseño y recolección de información.

Municipio de Quito: Cumple la tarea legislativa para la aprobación de ordenanzas, resoluciones y acuerdos en el Distrito

Sitio Web: Es el conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en particular, que incluye una página inicial de bienvenida, generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos.

Encuestas: La encuesta permite aplicaciones masivas, que mediante técnicas de muestreo adecuadas pueden hacer extensivos los resultados a comunidades enteras. (Casas, 2003)

Redatam: El acrónimo de Recuperación de Datos para Áreas pequeñas por Microcomputador. ... Esos datos pueden provenir de cualquier combinación de censos, encuestas u otras fuentes. Se puede procesar una base de datos en asociación con bases de datos externas de formatos comunes, como base.

1.3.1.6 Desarrollo de instrumentos

Información Secundaria

- BANCOS DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES
 - ¿Qué es la domótica?
 - DESARROLLO (levantamiento de información)
 - Tipos de equipos de domótica
 - DESARROLLO (levantamiento de información)
 - Tipos de estilo diseño y decoración
 - DESARROLLO (levantamiento de información)

- SERVICIO AGRUPADOS
 - Beneficios de la domótica
 - DESARROLLO (levantamiento de información)
 - Determinar el mercado potencial
 - DESARROLLO (levantamiento de información)
- INFORMACION PRIMARIA
 - ENCUESTA

Figura 1 CUESTIONARIO

1. Seleccione su género

Masculino ☐

Femenino ☐

2. La domótica permite la automatización inteligente de la vivienda, mediante aparatos tecnológicos, nuestro hogar podemos controlar de forma remota y programable el encendido y apagado de electrodomésticos e iluminación, etc. ¿Le gustaría implementar domótica?

Sí ☐

No ☐

3. ¿Usted tiene servicios de domótica en el departamento o casa donde habita?

Sí ☐

No ☐

4. ¿Qué tipo de estilo de diseño de interiores le gusta?

Clásico ☐

Moderno ☐

Rústico ☐

5. ¿Al adquirir un servicio de diseño y decoración de interiores a usted le interesa?

Calidad ☐

Precio ☐

6. ¿Con que frecuencia adquiere servicios de diseño y decoración de interiores?

Trimestral

Semestral

Anual

7. ¿Dónde le gusta a usted decorar y remodelar dentro del departamento o casa donde habita?

Cocina

Dormitorios

Baños

Sala o comedor

8. ¿A usted que producto de decoración le interesa?

Cortinas Automáticas

Domótica (Casas inteligentes)

Gypsum Decorativo

Piso Decorativo

9. ¿Usted estaría interesado en adquirir nuestros servicios de instalación, mantenimiento y asesoramiento?

Sí

No

10. ¿Usted cuanto gastaría en diseño y decoración de interiores con implementación de domótica?

100\$ a 300\$

300\$ a 600\$

600\$ a 900\$

900\$ a 1200\$

11. ¿Mediante cuál medio de comunicación le gustaría obtener información y adquirir este servicio?

Redes Sociales

Página Web

Local Comercial

1.3.1.7 Análisis e Interpretación

Pregunta 1. ¿Seleccione su género?

Tabla 8 GÉNERO

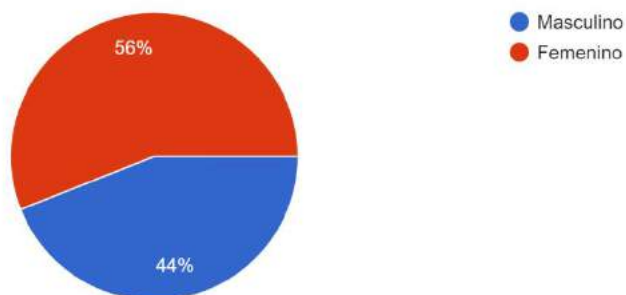
Opciones	Encuestados	Porcentaje
Femenino	215	56%
Masculino	196	44%
Total	384	100%

Fuente:<https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Figura 2 GÉNERO

Seleccione su género
384 respuestas



Fuente:<https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Análisis

En la selección de género se puede observar un total de 384 personas entre hombres y mujeres fueron encuestadas, con un mayor porcentaje del 56% género femenino y un 44% género masculino.

Interpretación

En los datos obtenidos de la encuesta, el género femenino tiene un mayor porcentaje de (6%) de encuestados a comparación del género masculino.

Pregunta 2. La domótica permite la automatización inteligente de la vivienda, mediante aparatos tecnológicos, nuestro hogar podemos controlar de forma remota y programable el encendido y apagado de electrodomésticos e iluminación, etc. ¿Le gustaría implementar domótica?

Tabla 9 IMPLEMENTARÍA DOMÓTICA

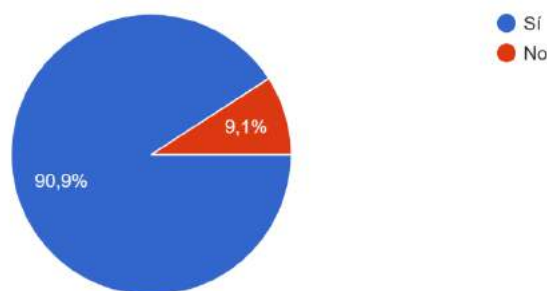
Opciones	Encuestados	Porcentaje
Si	349	90,1%
No	35	9,1%
Total	384	100%

Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Figura 3 IMPLEMENTARÍA DOMÓTICA

La domótica permite la automatización inteligente de la vivienda, mediante aparatos tecnológicos, nuestro hogar podemos controlar de forma remota ...nación, etc. ¿Le gustaría implementar domótica?
384 respuestas



Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Análisis

Con un total de 384 encuestados se puede observar, que el 90,9%, si implementaría la domótica en su departamento para una vivienda inteligente. Y el resto 9,1% prefiere no implementar el uso de domótica en su casa.

Interpretación

En los datos obtenidos de la encuesta, la mayoría de personas si les gustaría implementar la domótica dentro su departamento donde habitan, permitiendo la automatización inteligente de la vivienda, donde facilita el manejo, la utilización y optimiza el tiempo.

Pregunta 3. ¿Usted tiene servicios de domótica en el departamento o casa donde habita?

Tabla 10 TIENE SERVICIOS DE DOMÓTICA

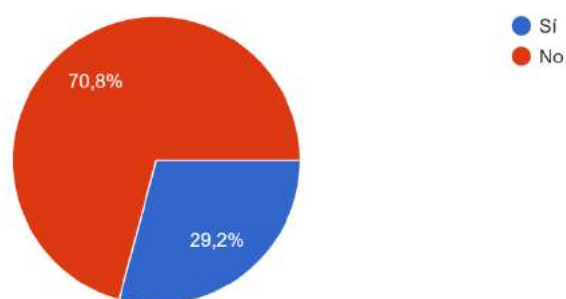
Opciones	Encuestados	Porcentaje
No	272	70,8%
Sí	112	29,2%
Total	384	100%

Fuente:<https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Figura 4 TIENE SERVICIOS DE DOMÓTICA

¿Usted tiene servicios de domótica en el departamento o casa donde habita?
384 respuestas



Fuente:<https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Análisis

Con un total de 384 encuestados, se puede observar que, el 70,8% no tiene usos de servicios de domótica en su departamento o casa donde habita, y el 29,2% si tiene estos servicios de domótica instalados en su casa.

Interpretación

En los datos obtenidos de la encuesta las personas encuestadas no tienen en su departamento donde viven el uso de servicios de domótica y muy poca gente posee por falta de información, y oferta de servicios completos de decoración de interiores con la implementación de domótica (casa inteligente).

Pregunta 4. ¿Qué tipo de estilo de diseño de interiores le gusta?

Tabla 11 PREFERENCIA DE ESTILO DE DISEÑO

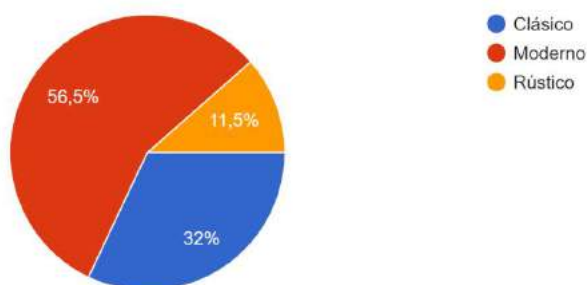
Opciones	Encuestados	Porcentaje
Moderno	217	56,5%
Clásico	123	32%
Rústico	44	11,5%
Total	384	100%

Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Figura 5 PREFERENCIA DE ESTILO DE DISEÑO

¿Qué tipo de estilo de diseño de interiores le gusta?
384 respuestas



Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Análisis

Con un total de 384 encuestados, se puede observar los tipos de estilos de diseño que las personas prefieren en su departamento o casa son con el 56,5 % moderno, 32% clásico y 11,5% rústico.

Interpretación

En los datos obtenidos de la encuesta, la mitad de los encuestados les gusta estilo de diseño de interiores moderno, con una menor cantidad está el estilo clásico y finalmente el estilo rustico no es tan interesantes para las personas por sus acabados.

Pregunta 5. ¿Al adquirir un servicio de diseño y decoración de interiores a usted le interesa?

Tabla 12 PREFERENCIA EN UN SERVICIO DE DISEÑO

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Calidad	277	72,1%
Precio	107	27,9%
Total	384	100%

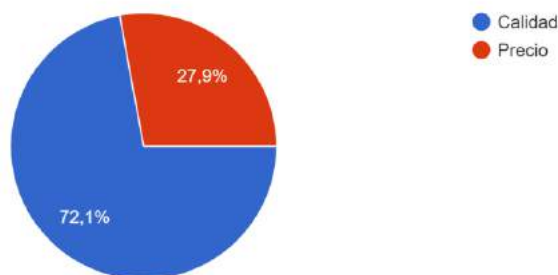
Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Figura 6 PREFERENCIA EN UN SERVICIO DE DISEÑO

¿Al adquirir un servicio de diseño y decoración de interiores a usted le interesa?

384 respuestas



Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Análisis

Con un total de 384 encuestados, se puede observar que las personas al adquirir los servicios de diseño y decoración de interiores les interesa, con un 72,1% la calidad y un 27,9% el precio.

Interpretación

En los datos obtenidos de la encuesta, la gran parte de los encuestados están relacionados con la calidad al momento de adquirir un servicio de diseño y decoración de interiores, porque permite mayor durabilidad, desempeño, etc. Y la otra parte de los encuestados prefiere el precio de los servicios de diseño y decoración en los interiores de las casas.

Pregunta 6. ¿Con que frecuencia adquiere servicios de diseño y decoración de interiores?

Tabla 13 FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Trimestral	58	15,1%
Semestral	108	28,1%
Anual	218	56,8%
Total	384	100%

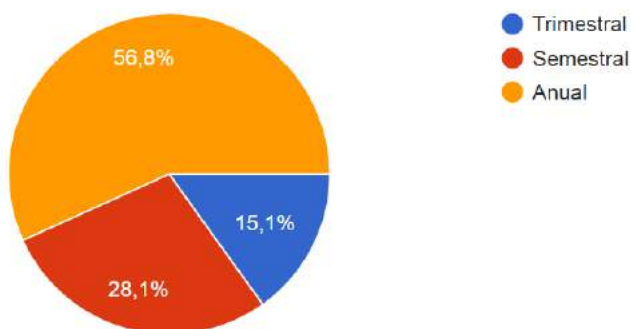
Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Figura 7 FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN

¿Con que frecuencia adquiere servicios de diseño y decoración de interiores?

384 respuestas



Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Análisis

Con un total de 384 encuestados, se puede observar que las personas frecuentemente adquiere servicios de diseño y decoración de interiores con un 56,8% anualmente posterior con un 28,1% semestralmente y finalmente un 15,1% trimestralmente.

Interpretación

En los datos obtenidos de la encuesta, la gran mayoría de personas adquieren servicios de diseño y decoración para remodelar o implementar algún tipo de decoración con una frecuencia anual, por cambiar el estilo o cambio de ambiente interno, después semestral, y finalmente trimestral, realizan cambios en el departamento o casa donde habitan.

Pregunta 7. ¿Dónde le gusta a usted decorar y remodelar dentro del departamento o casa donde habita?

Tabla 14 SITIO DE SU DEPARTAMENTO QUE LE GUSTARÍA DECORAR

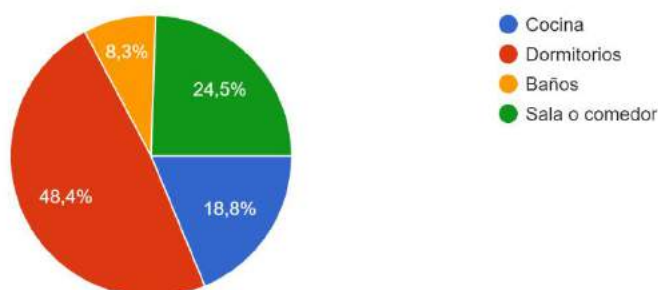
Opciones	Encuestados	Porcentaje
Cocina	72	18,8%
Dormitorios	186	48,4%
Baños	32	8,3%
Sala o Comedor	94	24,5%
Total	384	100%

Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Figura 8 SITIO DE SU DEPARTAMENTO QUE LE GUSTARÍA DECORAR

¿Dónde le gusta a usted decorar y remodelar dentro del departamento o casa donde habita?
384 respuestas



Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Análisis

Con un total de 384 encuestados, se puede observar que las personas buscan decorar y remodelar dentro del departamento o casa donde habita sus dormitorios principalmente con un 28,4% seguido de Sala o Comedor con el 24,5%, posterior a ello está la cocina con un 18,8% y finalmente los baños con el 8,3%.

Interpretación

En los datos obtenidos de la encuesta, a las personas les gusta decorar y remodelar dentro de la casa, sus dormitorios, es la parte donde la mayoría de personas pasan por ende buscan un ambiente innovador, pero sin embargo no se queda la sala o comedor que es parte fundamental de un departamento, seguido de la cocina y finalmente los baños.

Pregunta 8. ¿A usted que producto de decoración le interesa?

Tabla 15 PRODUCTO DE SU INTERÉS

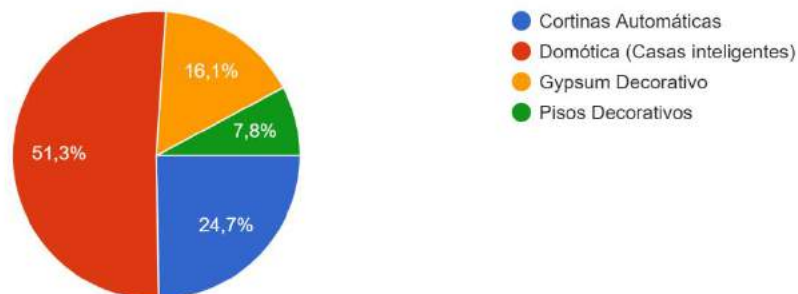
Opciones	Encuestados	Porcentaje
Cortinas Automáticas	95	24,7%
	197	
Domótica	62	51,3%
Gypsum Decorativo	30	16,1%
Piso decorativo		7,8%
Total	384	100%

Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Figura 9 PRODUCTO DE SU INTERÉS

¿A usted que producto de decoración le interesa?
384 respuestas



Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Análisis

Con un total de 384 encuestados, se puede observar que las personas tienen interés en productos de decoraciones interno de casas, con la domótica un 51,3% (Casas inteligentes) posterior están las cortinas automáticas con un 24,7%, y gypsum decorativo con un 16,1% finalmente con un 7,8% en pisos decorativos.

Interpretación

En los datos obtenidos de la encuesta, la gran parte de las personas les interesa la domótica (casas inteligentes) por la facilidad de uso, después las cortinas automáticas son los productos deseados y gypsum decorativo parte también interesante de la decoración de interiores, y finalmente los pisos decorativos no son de mayor interés.

Pregunta 9. ¿Usted estaría interesado en adquirir nuestros servicios de instalación, mantenimiento y asesoramiento?

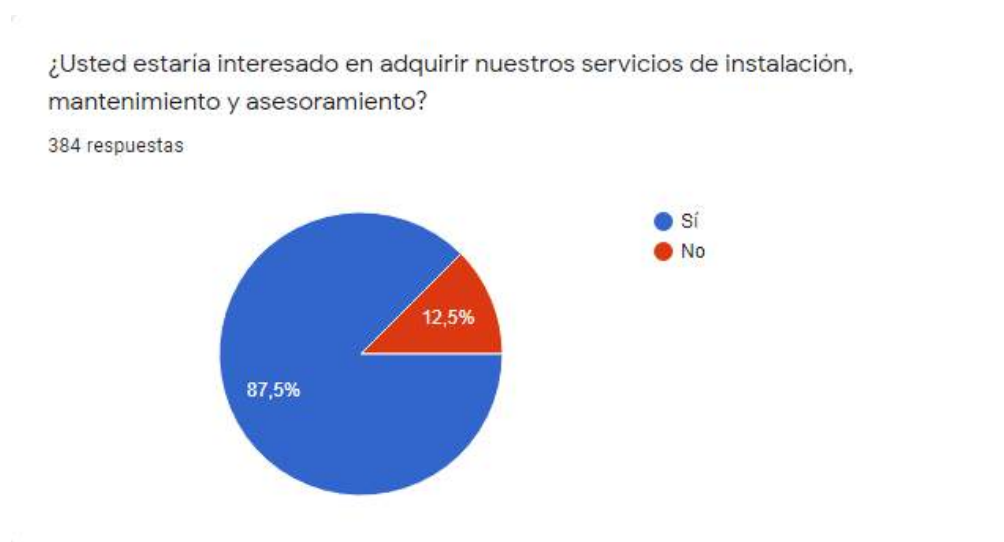
Tabla 16 SERVICIOS DE INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y ASESORAMIENTO

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Sí	336	87,5%
No	48	12,5%
Total	384	100%

Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Figura 10 SERVICIOS DE INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y ASESORAMIENTO



Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Análisis

Con un total de 384 encuestados, se puede observar que las personas que están interesadas en adquirir los servicios de instalación, mantenimiento y asesoramiento con un 87,5% si están dispuestos en contratar y un 12,5% no están interesados.

Interpretación

En los datos obtenidos de la encuesta las personas si están dispuestas adquirir nuestros servicios de instalación, mantenimiento y asesoramiento y un mínimo no están interesados en adquirir ningún servicio.

Pregunta 10. ¿Usted cuánto gastaría en diseño y decoración de interiores con implementación de domótica?

Tabla 17 CUÁNTO GASTARÍA EN LOS SERVICIOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES.

Opciones	Encuestados	Porcentaje
100\$ a 300\$	66	32%
300\$ a 600\$	145	37,8%
600\$ a 900\$	88	16,1%
900\$ a 1200\$	85	14,1%
Total	384	100%

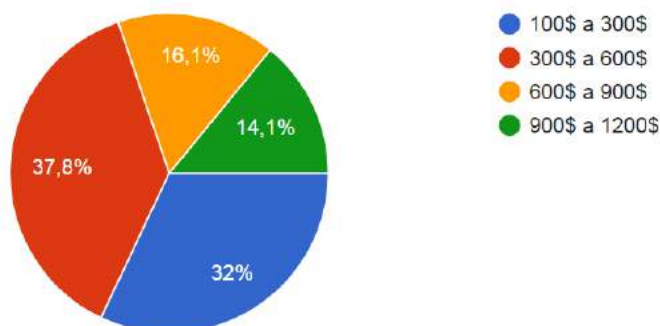
Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Figura 11 CUÁNTO GASTARÍA EN LOS SERVICIOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES

¿Usted cuanto gastaría en diseño y decoración de interiores con implementación de domótica?

384 respuestas



Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

[sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit](#)

Elaboración por: Autor

Análisis

Con un total de 384 encuestados, se puede observar a las personas encuestadas cuanto gastarían en diseño y decoración de interiores con implementación de domótica con un 37,8% mayor a todos, con rango de precio de 300\$ a 600\$, después con un 32% con rango de precio de 100\$ a 300\$, seguido de un 16,1% con rango de precios de 600\$ a 900\$ y finalmente con un 14,1% con rango de precio de 900\$ a 1200\$.

Interpretación

En los datos obtenidos de la encuesta las personas gastarían dentro de la opción principal de 300\$ a 600\$ seguido de 100\$ a 300\$ y las dos últimas opciones no son las más favoritas por las personas, por la cantidad de dinero de invertir dentro de su departamento o casa, ya que son muy altas.

Pregunta 11. ¿Mediante cuál medio de comunicación le gustaría obtener información y adquirir este servicio?

Tabla 18 MEDIO DE COMUNICACIÓN Y DONDE LE GUSTARÍA ADQUIRIR EL SERVICIO

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Redes sociales	199	51,8%
Páginas web	101	21,9%
Local comercial	84	26,3%
Total	384	100%

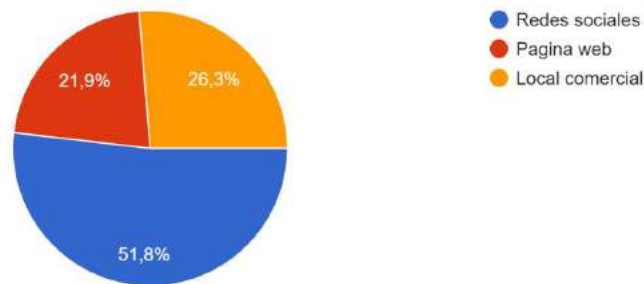
Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8->

[sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit](#)

Elaboración por: Autor

Figura 12 MEDIO DE COMUNICACIÓN Y DONDE LE GUSTARÍA ADQUIRIR EL SERVICIO

¿Mediante cuál medio de comunicación le gustaría obtener información y adquirir este servicio?
384 respuestas



Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1NtitS2sxSmp1reRpByVVQy-8-sMrL7mQWmxNy8HQNqs/edit>

Elaboración por: Autor

Análisis

Con un total de 384 encuestados, se puede observar que las personas les gustaría adquirir los servicios mediante redes sociales con un 51,8% posterior con un 26,3% en un local comercial, finalmente 21,9% página web.

Interpretación

En los datos obtenidos de la encuesta la gran mayoría de personas quieren adquirir el servicio mediante redes sociales ya que es de uso fácil, posterior a eso en un local comercial y finalmente mediante una página web, que permitirá comercializar de forma oportuna por temas de pandemia.

1.4 Demanda Potencial

La demanda potencial es un nivel máximo de demanda alcanzable por un determinado

producto dada una serie de condiciones. En otras palabras, las probabilidades de éxito del mismo en un mercado. (Sánchez, 2020)

1.4.1.1 Demanda actual del servicio en personas

Mediante la segmentación de mercados, la demanda actual del servicio que se comercializara en la ciudad de Quito, zona urbana, consiste en 267.504,1, que corresponde a la variable demográfica de ocupación (Cuenta propia).

1.4.1.2 Demanda por personas

Tomando de referencia el mercado al cual se dirige la comercialización del servicio, como antes mencionado en el anterior párrafo de la demanda actual del servicio en persona, corresponde a la variable demográfica ocupación (cuenta propia), correspondiendo en 267.504 multiplicado por la opción “sí” de la pregunta número 9 de la encuesta que se realizó con 87,5% de aceptación en adquirir nuestros servicios, obteniendo como resultado 234.066 para 1 año correspondiendo entre 2021 y 2022.

La proyección de la demanda para los próximos 5 años será la siguiente tabla:

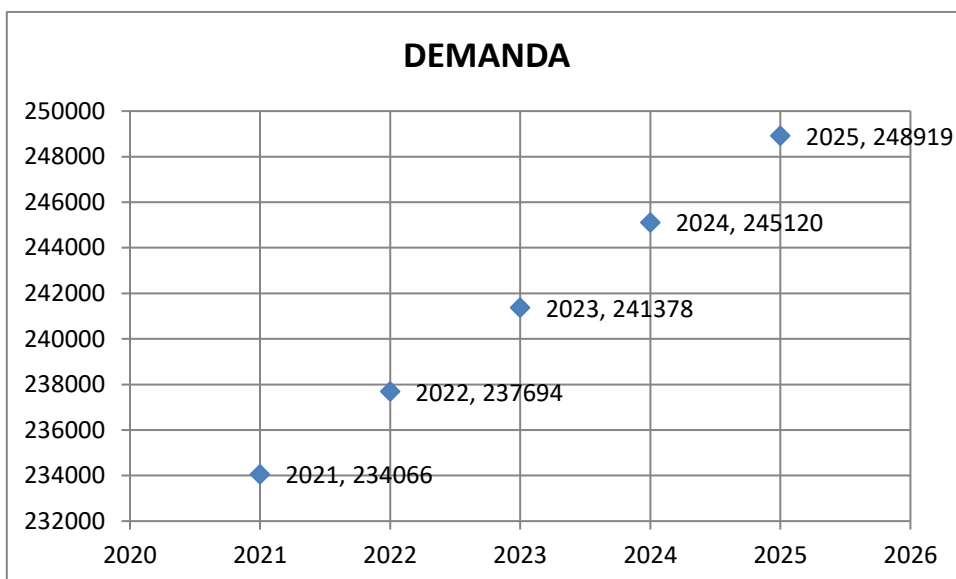
Tabla 19 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR PERSONA

Año	Tasa de crecimiento	Cantidad
2021		234.066
2022		237.694
2023	1.55%	241.378
2024		245.120
2025		248.919

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Figura 13 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR PERSONA



Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis e interpretación

Una vez realizado el cálculo del mercado en donde se realizara la comercialización del servicio en el año 2021 y el porcentaje de aceptación del mismo, se puede interpretar que 234.066 de personas están dispuestas en adquirir los servicios de diseño y decoración con implementación de domótica, posterior la demanda para el año 2025 es de 248.919 cantidad obtenida desde la proyección en base a la tasa de crecimiento poblacional (TCP) de Quito, correspondiente al 1.55%.

1.4.1.3 Demanda en unidades

Se desarrolló para proyectar la demanda en unidades, como referencia a la pregunta N°6 de la encuesta realizada, la cual tiene relación cada que tiempo realiza la remodelación o frecuencia en el departamento o casa, trimestral semestral o anual, el proceso que se realizó corresponde a multiplicar el valor de la demanda por personas del año 2021, es decir 234.066 por el 15,10% trimestral, después multiplicar el total por cada frecuencia de variables, es decir 35.344 multiplicado por 4 (trimestral) resultando un total de unidades de 141.376 el mismo procedimiento se realiza en las demás frecuencias establecidas.

Tabla 20 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN UNIDADES

Variables	Porcentaje	Demanda	Frecuencia de variables	Total	Total Unidades
Trimestral	15,10%	234.066	4	35.344	141.376
Semestral	28,13%	234.066	2	65.843	131.686
Anual	57%	234.066	1	132.879	132.879
Total	100%			234.066	405.941

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Posteriormente de obtener la cantidad proyectada hacia el año 2021, se procede al cálculo de los próximos cinco años, con una tasa de crecimiento poblacional (TCP) del 1.55%.

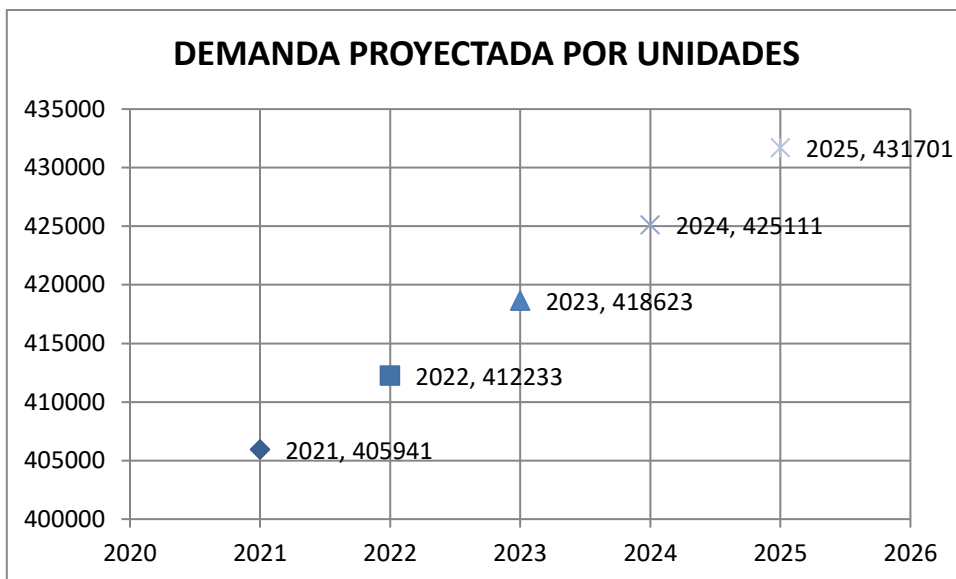
Tabla 21 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR UNIDAD

Año	Tasa de crecimiento	Total
2021		405.941
2022		412.233
2023	1.55%	418.623
2024		425.111
2025		431.701

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Figura 14 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR UNIDAD



Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

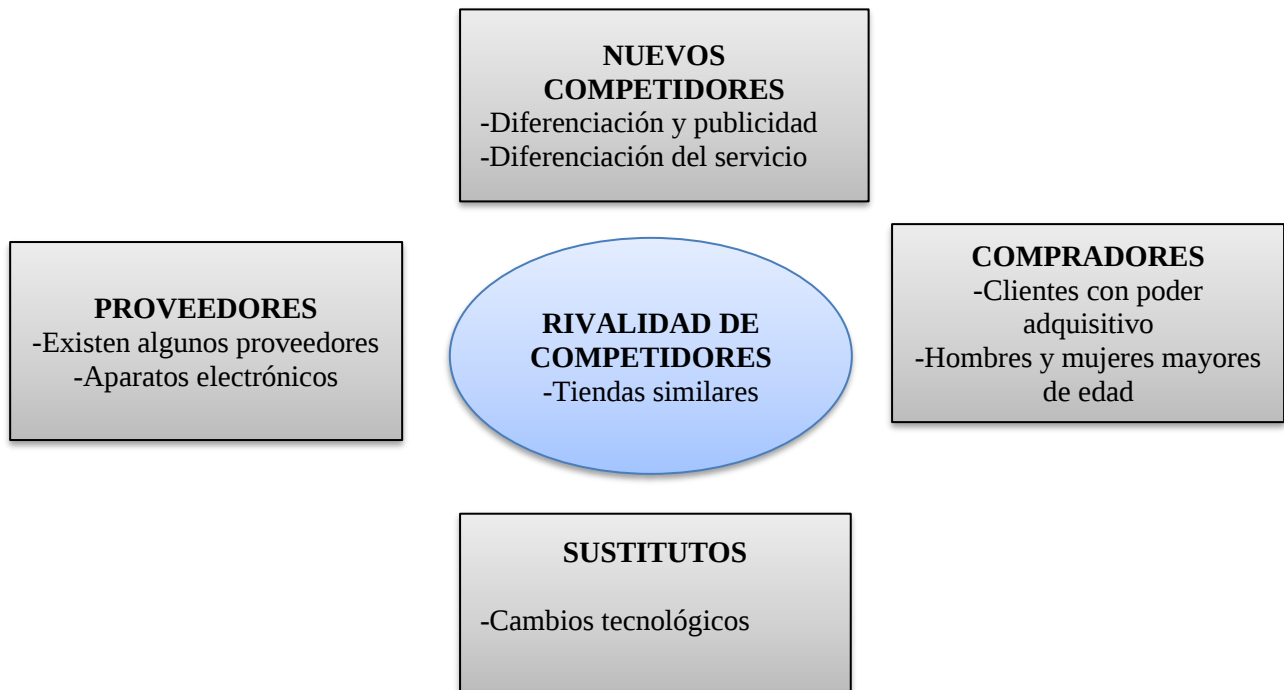
Análisis e interpretación

La demanda en unidades proyectada para el año 2021 es de 405.941 de servicios de diseño y decoración de interiores con implementación de domótica, para el año 2022 es de 412.233 para el año siguiente 2023 es de 418.623, posterior al año 2024 es de 425.111 y finalmente en el 2025 un incremento de 431.701 se calcula por método no estadístico, lo que las cantidades proyectadas pueden alterarse.

1.5 Análisis del Macro y Micro Ambiente

1.5.1 Análisis del micro ambiente

Figura 15 CINCO FUERZAS DE MERCADO



Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

1.5.2 Análisis del macro ambiente

1.5.2.1 MATRIZ PERFIL COMPETITIVO

Tabla 22 MATRIZ PERFIL COMPETITIVO

	Ds Decor "Smart House"			Competencia 1 "Decor smart"		Competencia 2 "Loah"	
Factores clave de éxito	Ponderación	Clasificación	Puntuación	Clasificación	Puntuación	Clasificación	Puntuación
Calidad del servicio	0,20	5	1	3	0,6	3	0,6
Servicio al cliente	0,30	4	1,2	2	0,6	2	0,6
Efectividad publicitaria	0,20	2	0,4	2	0,4	2	0,4
Precio	0,10	2	0,2	1	0,1	4	0,4
Superioridad tecnológica	0,10	2	0,2	3	0,3	1	0,1
Administración	0,10	2	0,2	1	0,1	1	0,1
	1		3,2		2,1		2,2

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

1.5.2.2 PLAN DE CONTINGENCIA

Figura 16 PLAN DE CONTINGENCIA

COMPROBAR	SI	NO
Capacitación al personal para una emergencia	X	
El comité tiene los respectivos mapas del área de producción	X	
Desarrollo del manual de funciones para el comité de crisis	X	
La empresa cuenta con los equipos necesarios para una emergencia	X	
Se realizó una lista de información de contacto de empleados	X	

Se verificó el funcionamiento de la planta de energía	X	
---	---	--

Generación de energía	Centrales, sistema de energía de reserva.
Protección de energía	Conexión a tierra, pararrayos, supresores de sobretensión.
Sistemas de acondicionamiento	Calefacción, ventiladores y aire acondicionado.
Infraestructura de red	Cables, conectores Routers.
Seguridad	Acceso físico y seguridad de la información.
Espacios de trabajo	Oficinas, salas de reuniones, despachos
Protección contra incendios	Detectores de incendios, de humo, extintores.
Suelos y paredes	Paredes resistentes al fuego, suelos técnicos.
Servicios públicos	Agua, luz, alcantarillado, comunicaciones
Ubicación del edificio	Vías de acceso, proximidad de autopistas, líneas ferroviarias y aeropuertos.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

1.5.3 Proyección de la oferta.

Las necesidades y los deseos de los consumidores son satisfechos mediante ofertas de mercado, una combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrecen a un mercado para satisfacer unas necesidades. Las ofertas de mercado no se limitan a productos físicos; incluyen también servicios, es decir, actividades o beneficios ofrecidos para su venta y que son esencialmente intangibles y no resultan en la propiedad de nada. Los ejemplos incluyen los servicios bancarios, las aerolíneas, hoteles, minoristas y

servicios de reparación del hogar. (Arrmtrong & kotler, 2013)

No se encontró información histórica, existe confidencialidad en las empresas y profesionales en diseño y decoración de interiores, por ende no es posible obtener datos específicos hasta el momento, solo una opinión con cantidad aproximada.

1.5.3.1 Oferta por unidades

No se encontraron datos específicos y estadísticos sobre la industria correspondiente, para el cálculo de la proyección de la oferta de servicios de diseño y decoración de interiores, se tomó en cuenta la opinión de un experto en la industria de la construcción (Diseño y decoración de interiores) y la empresa Ms Decoraciones. Con el objetivo de conocer las cantidades proyectadas para el año 2021, mediante una entrevista virtual, se obtuvo un total de 180.000 anuales, por consiguiente se proyecta la oferta en relación a la tasa de crecimiento de la construcción en el año 2021, cuya cantidad corresponde a 7%. (Banco central del Ecuador)

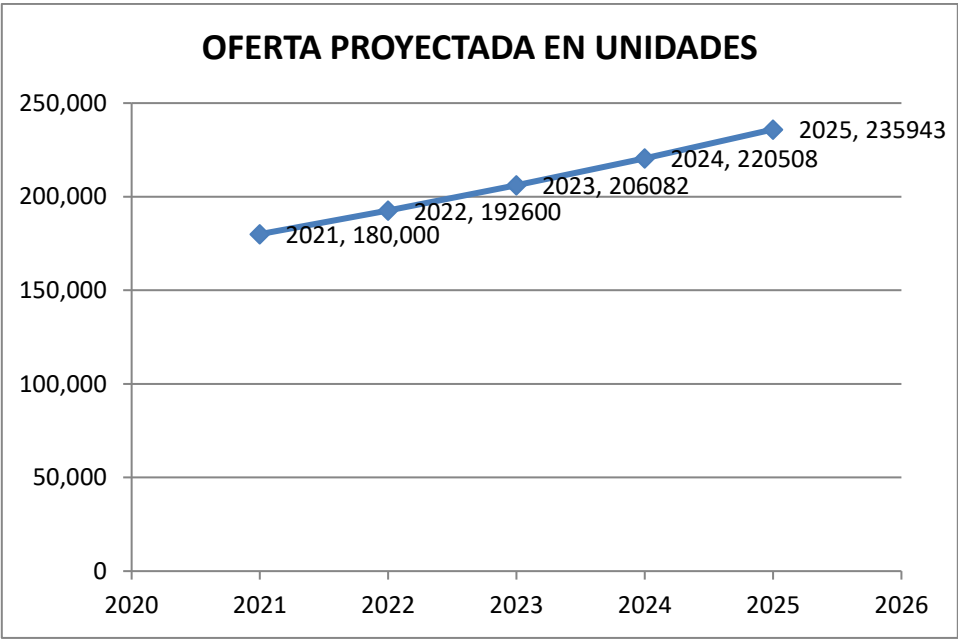
Tabla 23 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR UNIDAD

Año	Tasa crecimiento del sector construcción (PIB)	Total
2021		180.000
2022		192.600
2023	7%	206.082
2024		220.508
2025		235.943

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Autor

Figura 17 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO POR UNIDAD



Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis e interpretación

La oferta proyectada en unidades para el 2021 es de 180.000 para el año 2022 es de 192.600, para el año 2023 es de 206.082, para el 2024 es de 220.508 y finalmente para el 2025 de 235.943, como se puede observar la oferta se va en incremento conforme pasa los años, es necesario recalcar que, el crecimiento del PIB de la construcción puede variar en los siguientes años, existiendo una posibilidad de márgenes de error.

1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda insatisfecha es el resultado de la diferencia entre la demanda potencial y la oferta, debe tomar en cuenta que para realizar el cálculo debe estar expresado en la misma unidad de medida, mostrada en el siguiente cuadro:

Tabla 24 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA ANUAL

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2021	405.941	180.000	225.941
2022	412.233	192.600	219.633
2023	418.623	206.082	212.541
2024	425.111	220.508	204.603
2025	431.701	235.943	195.758

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

1.7 Diseño de marca (branding)

Nombre de la marca

“Bs Decor”

Logotipo

Figura 18 LOGO BS DECOR SMART HOUSE



Fuente: Brand Mark

Elaborado por: Autor

- **Eslogan**

“Smart House que quieres en tu vida”

- **Percepción y posicionamiento**

Aceptación por el servicio de calidad, tiempo de entrega y precio accesible para cualquier tipo de persona. Dependiendo del servicio la percepción del cliente aumenta, como también depende de las necesidades que tenga.

Atributos o beneficios

- Garantía
- Instalación
- Financiación
- Mantenimiento
- Entrega
- Servicio postventa

- **Diferenciación**

La implementación de domótica en cada servicio de decoración de interiores permitiendo la facilidad de uso automático o programado y seguridad.

1.8 Estrategias de marketing

Describa las estrategias de mercado que usted diseñará y aplicará para posicionar su negocio. Puede utilizar marketing mix, estrategias de mercado de lanzamiento, estrategias de operatividad, etc.

- **Precio:**

Cada producto y servicio tiene un precio, dependiendo los metros de cada área o necesidad del cliente que tenga e implementaciones que se efectúen en el departamento, casa u oficina.

- **Promoción:**

Mediante redes sociales (Facebook y Instagram) y pagina web, se realiza promociones, descuentos, y asesoramiento gratuito en decoración de interiores y domótica.

- **Plaza:**

Ecuador, Cantón Pichincha, Ciudad de Quito y sus alrededores y en un futuro expandir a nivel nacional.

- **Producto:**

Los productos son decoraciones de interiores como: Cortinas, Pisos, Gypsum, Domótica, etc. Y servicios de asesoramiento, mantenimiento, instalación.

1.9 Publicidad que se realizará

Publicidad online

Se realiza publicidad mediante plataformas digitales, pagina web y redes sociales, con el principal objetivo dar a conocer la empresa, sus servicios para posterior incrementar sus ventas, utilizando plataformas digitales.

Tabla 25 PUBLICIDAD

OBJETIVO	ESTRATEGIA	PROYECTOS	MEDIO	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
		ESTRATEGICOS	PUBLICITARIO	TIEMPO		
Vender más y promocionar un servicio y producto	Videos, propaganda marca, descuentos	Posicionamiento de marca y aumento de seguidores	Medios digitales	15 días	Influenciadores contratados o personal marketing	Medios de comunicación

Fuente: Investigación

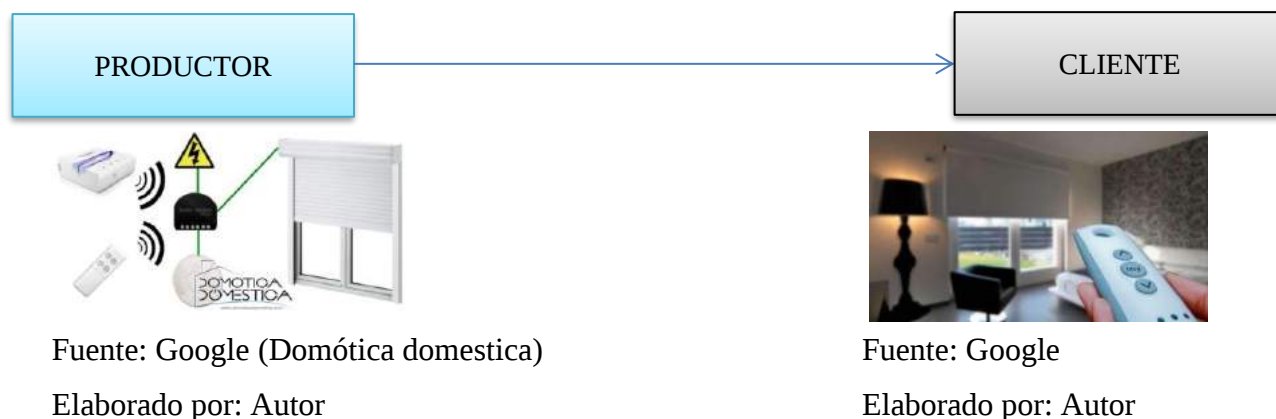
Elaborado por: Autor

1.10 Canales de Distribución

Nuestro servicio será distribuido por canal directo, de la empresa al cliente, encargándose de hacer llegar el producto y servicio al consumidor final de forma rápida, segura y personal, sin la utilización de intermediarios, aprovechando la venta directa para mantener una relación con el cliente de forma eficiente y posibles ventas o recomendaciones a un futuro.

- Canal de distribución Directa

Figura 19 CANAL DE DISTRIBUCIÓN DIRECTA



- Venta Directa

En "Bs Decor", se utilizará este modelo para permitir vender de forma directa como su nombre mismo lo dice, ofreciendo un servicio personalizado de venta para mayor satisfacción del cliente, la empresa contará con este modelo tradicional permitiendo comercializar nuestros productos y servicios hacia nuestros futuros clientes.

1.11 Seguimiento de Clientes

Customer Relationship Management

Un CRM es una solución de gestión de las relaciones con clientes, orientada normalmente a gestionar tres áreas básicas: la gestión comercial, el marketing y el servicio postventa o de atención al cliente.

CRM Operativo

Su objetivo principal son los procesos de generar ventas, marketing y servicio al cliente. Mediante la automatización de los procesos hacia el consumidor o cliente.

CRM Analítico

Su objetivo principal, el análisis de los datos con el cliente, apoyando con los el área de marketing y ventas para el desarrollo de un trabajo eficaz y complejo. Permitiendo analizar las campañas de marketing su efectividad e incrementar ventas para un mayor beneficio para la empresa, y personal.

CRM Colaborativo

Su objetivo principal, colaborar con las áreas de ventas, soporte y marketing, para conseguir una mejora en el servicio al cliente, cumpliendo los procesos de forma eficaz y entregando una atención de calidad, con mejoras continuas.

Tabla 26 SEGUIMIENTO DE CLIENTES

OBJETIVO	ESTRATEGIA	PROYECTOS ESTRATEGICOS	PRESUPUESTO	TIEMPO	RESPONSABLE
Servicio al cliente	Call center, quejas o reclamos	Fidelidad de clientes	120	15 días	Marketing

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

1.12 Especificar mercados alternativos.

Mercado de bienes y servicios, construcción, está relacionado a casas, lo que se puede implementar nuestros servicios con domótica, implementar productos complementarios como mobiliario inteligente. El mueble puede ser de fácil uso con la aplicación de domótica dentro del hogar permitiendo el confort.

CAPITULO II

2 Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

Desarrollar plan de producción para la oferta de servicios de diseño y decoración de interiores con implementación de domótica, en la ciudad de Quito, mediante la descripción del proceso de producción de transformación del servicio, mediante la identificación de materia prima, mano de obra y equipos.

2.2 Descripción del proceso

2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

Conjunto de actividades interrelacionadas, repetitivas y sistemáticas, mediante las cuales unas entradas se convierten en unas salidas o resultados después de añadirles un valor.

(Pardo, 2017)

Previo al proceso de transformación del servicio, es necesario conocer la materia prima que participa en la cadena de producción previamente planificada, y los pasos a desarrollarse para su objetivo final, el ensamblaje de los productos. Por consiguiente se detallara cada proceso que se intervendrá.

2.2.1.1 Proceso de adquisición y recepción de materia prima

En esta primera etapa para la producción, se inicia por la compra de todo los materiales necesarios conocidos como materia prima, siguiente a la recepción en la cual tendrá revisión de control de calidad posterior al almacenamiento de cada material

correspondiente en una zona específica de bodega. Entre los principales materia prima son: aparatos electrónicos (motores de cortina, iluminación, cámaras, interruptores) planchas y pasta de gypsum, pintura, soportes de pared o techo de aluminio y plástico, telas, perfilería de aluminio, controles, tornillos, tuercas, cinta doble faz, tubos de aluminio y accesorios, etc.

2.2.1.2 Control de calidad

Se verifica todo el material que se encuentre de buen estado y estándares de calidad, cumpliendo con las características de cada producto y accesorios, para un ensamblaje exitoso.

2.2.1.3 Proceso de almacenamiento

Previamente verificado el control de la calidad, en esta etapa se almacena los materiales requeridos para la parte de la producción, organizando en la bodega cada uno de ellos, separando para cada producto a ensamblar en un bloque diferente para la diferenciación de la materia prima y posterior distribución al personal. Se almacena materiales para brindar un stock hacia el cliente, permitiendo ahorrar tiempo en la producción.

2.2.1.4 Proceso de ensamblaje

En esta etapa inicia el proceso de ensamblaje la transformación de la materia prima a producto terminado, mediante la mano de obra se realiza la unión de piezas y elaboración de cortinas con domótica dentro de ella se hace el montaje de los materiales por el operario de producción teniendo en cuenta que cada cliente tiene sus gustos, preferencias y necesidades en el departamento, casa u oficina cambiando las medidas de las ventanas y tela, los accesorios se realiza para todas las cortinas los mismos, y los demás productos como aparatos electrónicos de domótica se ensambla o implementa en la cortina, existe productos de domótica para cada uso que necesite el cliente. Por ende se utiliza productos garantizados, ofertando al consumidor de excelentes servicios con productos de buena calidad.

2.2.1.5 Proceso de empaquetamiento

En proceso se realiza después de obtener el producto terminado con el empaquetamiento para ser dirigido hacia el lugar de destino (Obra o Casa), se empaca con plástico para embalar cada producto o mediante fundas plásticas de 0.40 cm de ancho X 2.50 m de largo, cabe recalcar en este proceso se realiza el empaquetamiento con el objetivo de prevenir afectaciones al producto, por efectos de transportación (rayones) y el clima de la ciudad (lluvias).

2.2.1.6 Proceso de instalación

En esta última etapa para realizar la instalación de un producto que ofrece la empresa en diseño y decoración de interiores, presentan cambios según el servicio adquirido por el cliente incluyendo el producto escogido por parte del mismo. Se puede presentar factores como el entorno de la habitación o lugar de instalación al momento de efectuar este proceso de instalación, tomando un tiempo mayor o menor, teniendo en cuenta también la cantidad, que puede variar, no se tiene establecido un determinado tiempo por los factores antes mencionados.

2.2.2 Estructura de la empresa (Macro procesos)

Mapa de procesos: Representación global de los procesos de una organización que muestra la secuencia e interacción de todos ellos. (Prado, 2017)

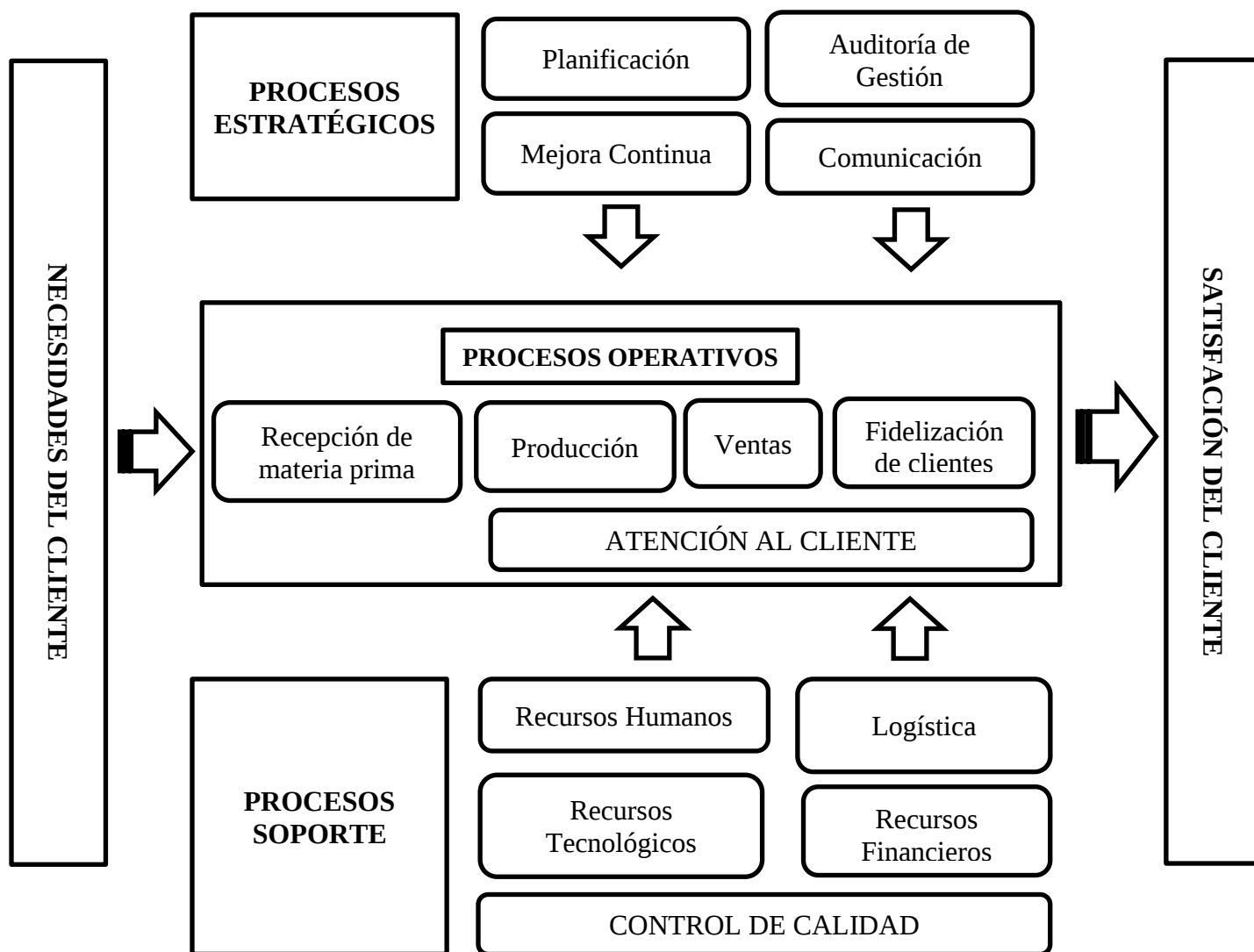
Procesos Estratégicos: Constituyen guías y directrices para los Procesos Operativos y de Apoyo. Dentro de esta clasificación se encuentran los procesos gerenciales o administrativos de la organización. (Gonzalez, 2016)

Procesos Operativos: Los procesos operativos se definen como aquellos procesos que se encuentran directamente ligados a la realización del producto y/o la prestación del servicio. Por ello se conocen como los procesos de “línea”. (ISO Tols Excellence, 2016)

Procesos de Soporte: Los procesos de soporte se definen como aquellos procesos que ofrecen soporte a los procesos operativos. Se refiere principalmente a procesos relacionados con recursos y mediciones. (ISO Tols Excellence, 2016)

MAPA DE PROCESOS ESTRATÉGICO

Figura N.-20 MAPA DE PROCESOS



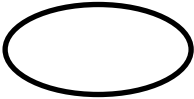
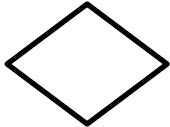
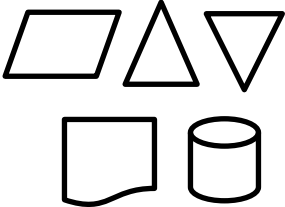
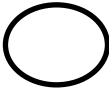
Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Diagrama de flujo

En la siguiente tabla corresponde a los símbolos que se utilizaran para el desarrollo del flujo de los procesos.

Tabla 27 SÍMBOLOS DEL FLUJO DE PROCESOS

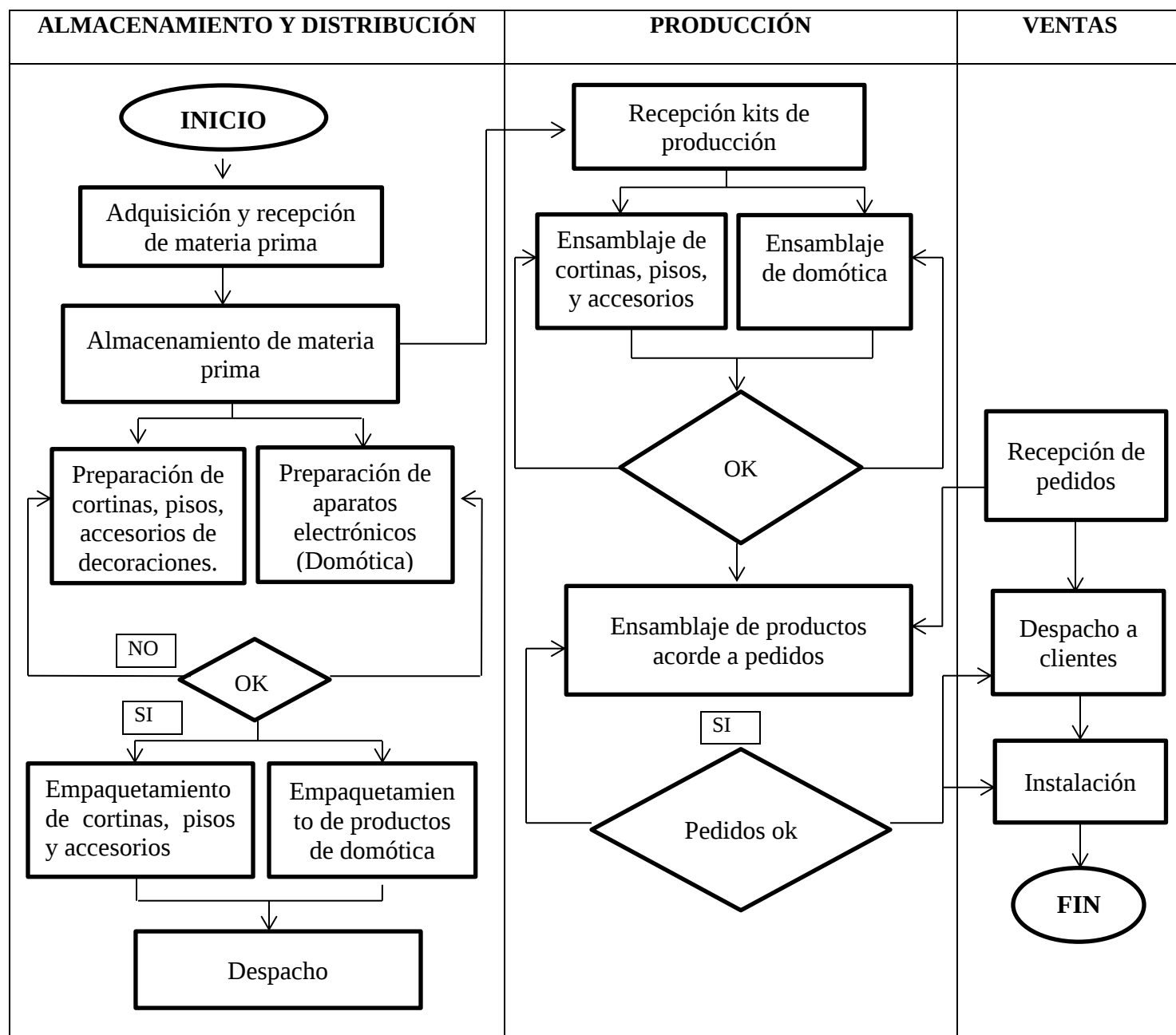
Símbolo	Nombre	Descripción
	Elipse u óvalo	Indica el inicio y el final del diagrama de flujo.
	Rectángulo o caja	Se utiliza para definir cada actividad o tarea. Debe incluir siempre un verbo de acción
	Rombo	Aparece cuando es necesario tomar una decisión.
	Flecha	Utilizada para unir el resto de símbolos entre sí, indicando la dirección secuencial de las actividades.
	Símbolos de entrada y salida	Utilizado para unir el resto de símbolos entre sí, indicando la dirección secuencial de las actividades.
	Conector	Usados para representar conexiones con otras partes del flujograma o con otros procesos.

Fuente: José Pardo (Libro configuración y usos un mapa de procesos)

Elaborado por: Autor

DIAGRAMA DE FLUJO

Figura 20 DIAGRAMA DE FLUJO



Fuente: Investigación

Elaborado por: Auto

2.2.3 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Localización

El plan de negocios de la empresa “Bs Decor”, estará ubicado en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia de Cotacollao, en cual cuenta con 60m² de área, distribuidos de forma óptima para garantizar el desarrollo de las actividades y procesos de recepción, almacenamiento, ensamblaje, empaquetamiento y despacho.

Distribución de instalaciones

El espacio físico se encuentra en un local comercial de una planta, en la cual se dividen por áreas de trabajo, en la primera área ventas y marketing, segunda área gerencia, tercera la bodega para el almacenamiento de materiales y finalmente la planta de producción donde se desarrolla el ensamblaje de productos. Posterior la empresa tiene 2 baños en general.

Figura 21 DISTRIBUCCION DE INSTALACIONES EN 2D



Fuente: <https://floorplanner.com/projects/104720961/editor>

Elaborado por: Autor

2.2.4 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS

Los equipos e instrumentos para la preparación y ensamblaje para la producción se pueden visualizar en la siguiente tabla donde se muestra la actividad, equipo y característica del mismo.

Tabla 28 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS

Actividad	Equipo	Especificación	Cantidad	Costo
Almacenamiento de materiales		Estantería Metálica Alto 2,00 cm Ancho 2,00 cm Profundidad 0,70cm	3	\$45
Taladro		Taladro Percutor 1/2 650W	1	\$62
Taladro Inalámbrico		Taladro Impacto inalámbrico 1/2" 18V Wesco	1	\$111,81
Mesa de trabajo		Mesa de trabajo en madera 2,50cm X 1,50	1	\$60
Ingleteadora Dewalt		Ingleteadora Dewalt Dw713-b3 10 Pulgadas	1	\$250

HERRAMIENTAS

Juego 6 destornilladores 3 planos / 3 estrellas		3 planos / 3 estrellas marca Kendo	3	\$	5,20
Playo Ajustable Silk 6		Modelo 6" Silk	2	\$	2,30
Caja de herramientas plástico industrial		20 Pulgadas medidas: 24,4 x 24,3 x 50,7	1	\$	19,50
Extensión Eléctrica 5m		2X16 AWG 5 metros blanco	3	\$	3,92
Arco de sierra		300MM Marca Kendo	1	\$	3,50
Alicate		15MM/4.5" Mango goma marca kendo	2	\$	2,52
Remachadora		2.4 - 3.2 - 4 - 4.8MM Mango goma marca kendo	1	\$	5,45

Martillo		Martillo Mango De Madera 18 Mm	2	\$	3,88
Juego de 16 brocas y puntas		Brocas De 1/4" Worx	1	\$	19,39
Flexómetro (5m)		5 Metros Marca Kendo	2	\$	3,99
Nivel de burbuja (Stanley)		Aluminio 2 Burbujas 30cm Stanley 1-42-072	1	\$	8,00
Juego de 6 limas		3MMX14cm Mango Goma marca kendo	1	\$	3,25
Estilete (9mm)		9MM Antideslizante marca kendo	5	\$	1,33

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

2.2.5 DESCRIPCIÓN DE PERSONAS

La empresa “Bs Decor” cuenta con un personal de gerente general, encargado del departamento administrativo y financiero, siguiente un operario de producción con un asistente técnico para asistencia de la producción e instalación de los servicios ofertados, por último, un asistente en ventas y marketing generando ventas y publicidad a la organización, en la siguiente tabla se describe el personal y cantidad económica que obtendrá mensual y anual.

Tabla 29 DESCRIPCIÓN POR PERSONAS

TALENTO HUMANO	NÚMERO	SALARIO MES	SALARIO AÑO
Gerente General	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Operario de Producción	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Asistente Técnico	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Asistente de ventas y marketing	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
TOTAL		\$ 1.650,00	\$ 19.800,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

2.2.6 DESCRIPCIÓN POR HORAS POR PERSONA

El plan de negocios tiene la cantidad de personas necesario para cumplir con el flujo de procesos requeridos, por esto la empresa “Bs Decor” necesita contratar personal capacitado para cada área de producción, cumpliendo con el trabajo establecido para cada actividad a desempeñar y con su respectivo tiempo. Por consiguiente, en la siguiente tabla se describe lo antes mencionado.

Tabla 30 DESCRIPCIÓN POR HORAS POR PERSONA

Actividad	Tiempo (Min) (por actividad)	No. Personas	Horas-hombre
Recepción de materia prima	15 min	1	8 horas
Almacenamiento de materia prima	15 min	2	8 horas
Preparación del material a ocupar	5min	1	8 horas
Preparación de los equipos a ocupar	5 min	1	8 horas
Ensamblaje de los productos y material	30 min	2	8 horas
Empaquetamiento de cortinas, pisos, gypsum, domótica	15 min	1	8 horas
Despacho	10 min	1	8 horas
Instalación de los servicios	20 a 40 min	2	8 horas

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

2.2.7 Tecnología a aplicar

Para el plan de negocios de la empresa “Bs Decor” se está implementando el uso de la domótica en los servicios ofertados, complementando el uso de un producto mediante aparatos electrónicos (domótica) conocidos como “controles de mando” para una casa inteligente, donde se busca una optimización de tiempo, seguridad y confort hacia los consumidores finales. Se utilizara cámaras sin la necesidad de cables o conexiones externas, optimizando recursos y materiales.

2.3 Capacidad de Producción

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

Tabla 31 PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN DIARIA, SEMANAL, MENSUAL Y ANUAL.

Servicios	Producción diaria	Producción semanal	Producción mensual	Producción anual
Año 1	10	50	200	2400
Año 2	14	70	280	3360
Año 3	19	95	380	4560
Año 4	23	115	460	5520
Año 5	28	140	560	6720

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

En la tabla anterior de la proyección de producción a 5 años se puede observar la capacidad requerida para abastecer los servicios ofertados por la empresa “Bs Decor” teniendo el incremento cada año entre 4% y 5% en sus producciones, cabe recalcar que la capacidad de producción puede variar o mantener la misma cantidad dependiendo la demanda.

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

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

En la tabla se enlista los productos y materia prima que pueden llegar a sustituir por otro mejor material por lo cual dentro de la empresa “Bs Decor” se ha detallado en la siguiente tabla.

Tabla 32 MATERIAS PRIMAS Y GRADO DE SUSTITUCIÓN

Materia Prima	Sustituto	Grado de sustitución	Proveedores
Tela Algodón	Aerosol para esmerilar vidrios	Baja	Minorista, Distribuidor
Focos	Focos Inteligentes o Led, Bombillas halógenas	Medio	Distribuidor, Importador
Cortinas Modernas	Vinilos de Ventanas Estanterías de pladur, Telas de tapizar,	Bajo	Distribuidor, Fabricante
Pintura Pared	Adhesivos estampados	Bajo	Minorista, Distribuidor
Piso Flotante	Cerámica, Adhesivos estampados	Medio	Minorista, Distribuidor
Altavoces Inteligentes "Alexa"	Google Home, Sonos One	Alta	Distribuidor, Mayorista, Minorista
Motor de Cortina	Control de mando	Baja	Minorista, Distribuidor
Interruptor luz	Interruptor inteligente	Medio	Minorista, Distribuidor
Gypsum	Plancha de fibrocemento	Bajo	Distribuidor, Mayorista, Minorista

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autor

2.5 Calidad

2.5.1 Método de Control de Calidad.

El control de calidad, se desarrolla en cada proceso del ensamblaje del producto hasta cada servicio que se ofrece, por ende implementar herramientas de gestión y control, con el objetivo de prestar un servicio de alta calidad hacia el cliente.

2.5.1.1 Estandarización

El proceso de estandarización su objetivo principal, ajustar la característica del servicio y producto se realizan semejantemente, para garantizar su calidad, cantidad, produciendo de forma eficaz y estándar de acuerdo a las especificaciones del cliente.

- Los servicios están establecidos y estandarizados para un mejor servicio de calidad, con la optimización del tiempo y recursos. Depende de cada servicio su estandarización.

2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

Seguridad y salud en el trabajo (SST): Es la ciencia y técnica multidisciplinaria que se ocupa de la valoración de las condiciones de trabajo y la prevención de riesgos ocupacionales, a favor del bienestar físico, mental y social de los trabajadores, potenciando el crecimiento económico y la productividad. (Gagliardo, 2008)

Art.34. Limpieza de Locales

1. Los locales de trabajo y dependencias anexas deberán mantenerse siempre en buen estado de limpieza. (Ejecutivo, Decreto, 2012)
2. En los locales susceptibles de que se produzca polvo, la limpieza se efectuará preferentemente por medios húmedos o mediante aspiración en seco, cuando aquélla no fuera posible o resultare peligrosa. (Ejecutivo, Decreto, 2012)
3. Todos los locales deberán limpiarse perfectamente, fuera de las horas de trabajo, con la antelación precisa para que puedan ser ventilados durante media hora, al menos, antes de la entrada al trabajo. (Ejecutivo, Decreto, 2012)

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

Art. 1.- ÁMBITO DE APLICACIÓN.- Las disposiciones del presente Reglamento se aplicarán a toda actividad laboral y en todo centro de trabajo, teniendo como objetivo la prevención, disminución o eliminación de los riesgos del trabajo y el mejoramiento del medio ambiente de trabajo. (Decreto ejecutivo No.2393, 2012)

Art. 11.- OBLIGACIONES DE LOS EMPLEADORES.- Son obligaciones generales de los personeros de las entidades y empresas públicas y privadas, las siguientes:

1. Cumplir las disposiciones de este Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos. (Decreto ejecutivo No.2393, 2012)
2. Adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad. (Decreto ejecutivo No.2393, 2012)
3. Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro. (Decreto ejecutivo No.2393, 2012)

Art. 92. MANTENIMIENTO.

1. El mantenimiento de máquinas deberá ser de tipo preventivo y programado.
2. Las máquinas, sus resguardos y dispositivos de seguridad serán revisados, engrasados y sometidos a todas las operaciones de mantenimiento establecidas por el fabricante, o que aconseje el buen funcionamiento de las mismas.

HERRAMIENTAS MANUALES

Art. 95. NORMAS GENERALES Y UTILIZACIÓN.

1. Las herramientas de mano estarán construidas con materiales resistentes, serán las más apropiadas por sus características y tamaño para la operación a realizar, y no tendrán defectos ni desgastes que dificulten su correcta utilización. (Decreto

ejecutivo No.2393, 2012)

2. La unión entre sus elementos será firme, para quitar cualquier rotura o proyección de los mismos. (Decreto ejecutivo No.2393, 2012)
3. Los mangos o empuñaduras serán de dimensión adecuada, no tendrán bordes agudos ni superficies resbaladizas y serán aislantes en caso necesario. Estarán sólidamente fijados a la herramienta, sin que sobresalga ningún perno, clavo o elemento de unión, y en ningún caso, presentarán aristas o superficies cortantes. (Decreto ejecutivo No.2393, 2012)
4. Las partes cortantes o punzantes se mantendrán debidamente afiladas. (Decreto ejecutivo No.2393, 2012)

CAPITULO III

3 Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Desarrollar plan de organización y gestión mediante la estructura organizacional, funcional y estratégica por medio de herramientas de gestión para la oferta de servicios de diseño y decoración de interiores con implementación de domótica, en la ciudad de Quito.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1 Visión de la Empresa

Nuestra visión es ser una empresa líder, siendo reconocidos nacionalmente en el mercado, ofreciendo productos y servicios de alta calidad en diseño y decoración de interiores en la ciudad de Quito; y, en los próximos cinco años posicionar la empresa como franquicia, manteniendo los principios de innovación y calidad.

3.2.2 Misión de la Empresa

Somos una empresa que brinda servicio de diseño y decoración de interiores con implementación de domótica, con alternativas modernas e innovadoras para los hogares, incluyendo una asesoría personalizada con un personal altamente capacitado. Con productos de calidad de las mejores marcas, entregando a nuestros clientes espacios de confort.

3.2.3 Objetivos y estrategias

Tabla 33 FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Servicio al cliente	Demanda Insatisfecha
Servicio personalizado a domicilio	Nuevas tecnologías
Variedad de servicios	Relaciones con los clientes y proveedores.
Tecnología	Mayor descuento por compras en cantidades
Equipamiento moderno	Mercado mal atendido
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de personal	Inestabilidad económica
Falta de sistema contable	Competidores con precios bajos
Recursos financieros limitados	Pandemia
Falta de publicidad	Entrada de competidores internacionales
Nuevas tendencias en el mercado	Productos sustitutos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Tabla 34 MATRIZ EFE

MATRIZ EFE				
FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACION PONDERADA	SUBTOTAL
OPORTUNIDADES				
Demanda Insatisfecha	0,1	4	0,4	
Nuevas tecnologías	0,1	3	0,3	
Relaciones con los clientes y proveedores.	0,15	4	0,6	

Mayor descuento por compras en cantidades	0,05	3	0,15	
Mercado mal atendido	0,1	4	0,4	1,85
AMENAZAS				
Inestabilidad económica	0,08	2	0,16	
Competidores con precios bajos	0,12	1	0,12	
Pandemia	0,1	2	0,2	
Entrada de competidores internacionales	0,1	1	0,1	
Productos sustitutos	0,1	2	0,2	0,78
TOTAL	100%		2,63	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis

En la matriz EFE de la empresa “Bs Decor” se identificado los factores de oportunidad y amenaza con un promedio ponderado del 2.63%. En conclusión se está aprovechando las oportunidades de la empresa con un promedio del 1.85% y minimizando los factores de amenaza con un promedio del 0.78%.

Tabla 35 MATRIZ EFI

MATRIZ EFI				
FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACION PONDERADA	SUBTOTAL
FORTALEZAS				
Servicio al cliente	0,12	4	0,48	
Servicio personalizado a domicilio	0,1	4	0,4	
Variedad de servicios	0,15	3	0,45	

Tecnología	0,08	2	0,16	
Equipamiento moderno	0,05	2	0,1	1,59
DEBILIDADES				
Falta de personal	0,1	2	0,2	
Falta de sistema contable	0,15	2	0,3	
Recursos financieros limitados	0,08	1	0,08	
Falta de publicidad	0,12	2	0,3	
Nuevas tendencias en el mercado	0,05	2	0,1	0,98
TOTAL	100%		2,57	

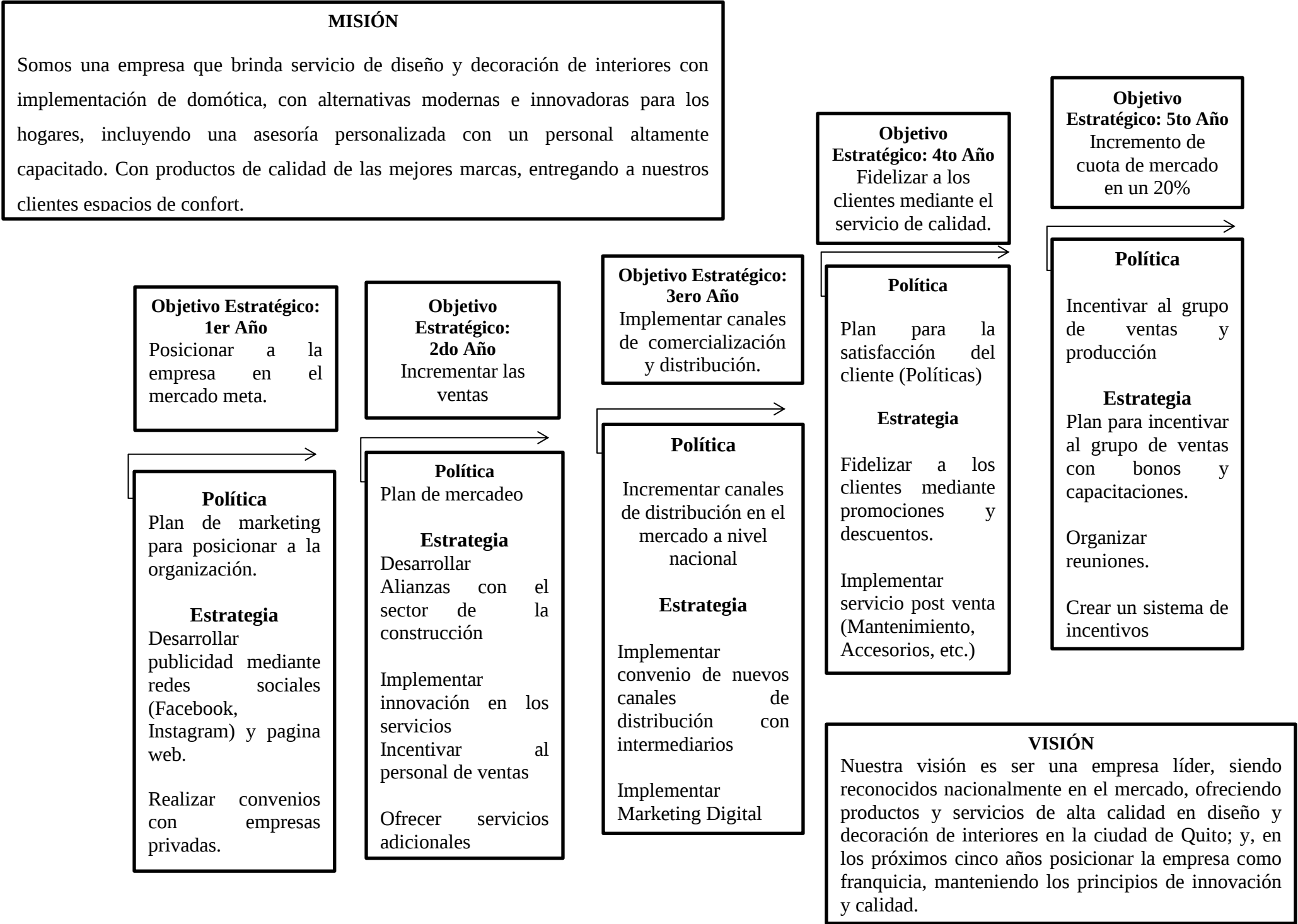
Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis

En la matriz EFI de la empresa “Bs Decor” se identificado los factores de fortaleza y debilidad con un promedio ponderado del 2.57%. En conclusión son favorables las fortalezas internas de la empresa con un promedio del 1.59% y minimizando los factores de debilidad con un promedio del 0.98%.

Figura 22 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

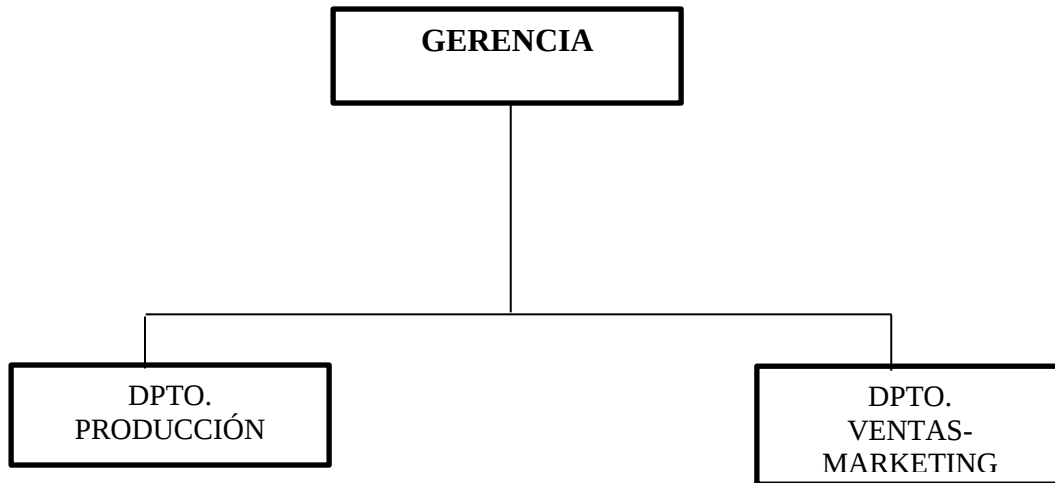
3.3 Organización Funcional de la Empresa

3.3.1 Organización Interna

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

EMPRESA “BS DECOR”
Organigrama Estructural

Figura 24 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



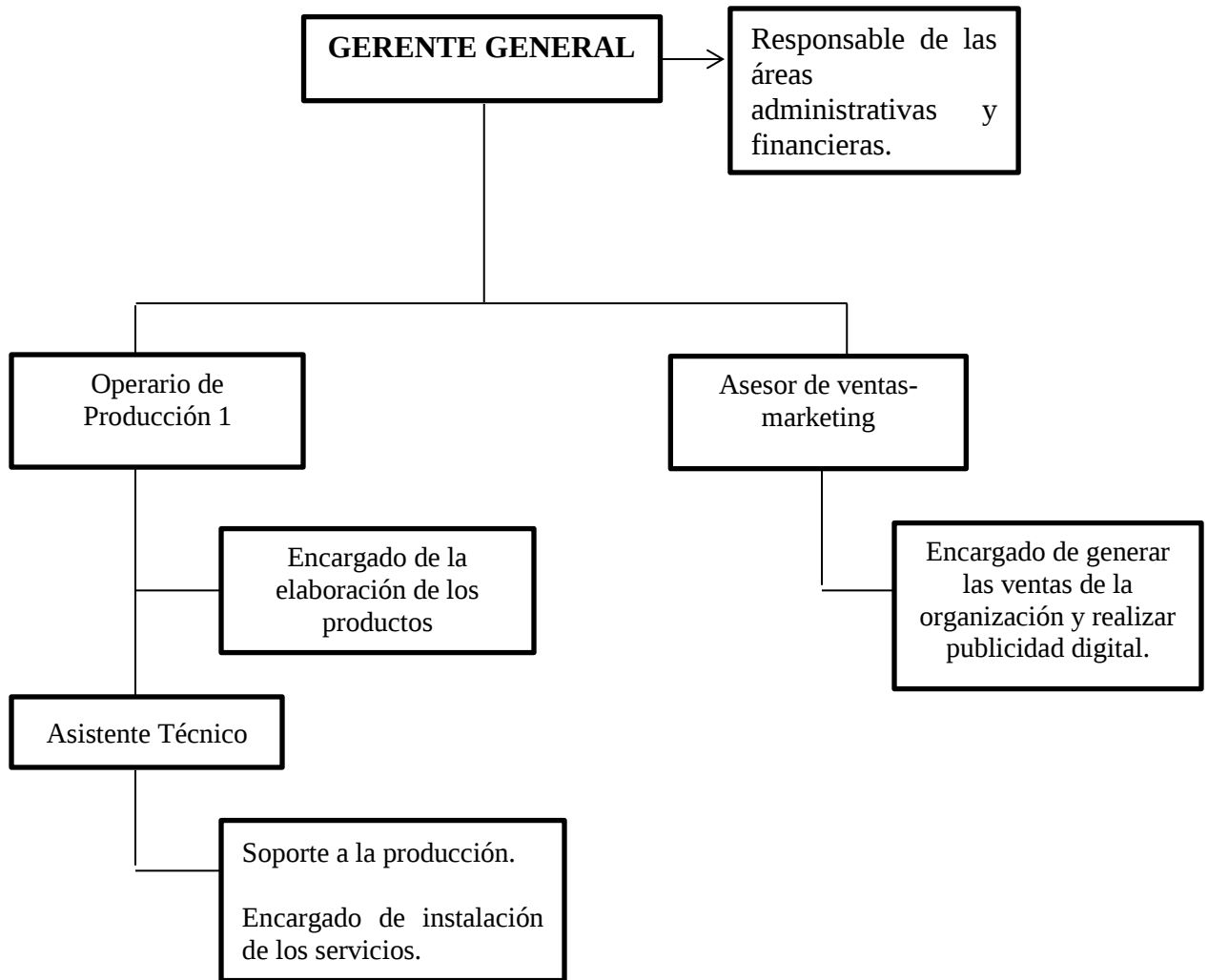
Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

EMPRESA “BS DECOR”

Organograma Funcional

Figura 25 ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

3.3.2 Descripción de puestos.

Se debe describir brevemente las funciones de cada uno de los puestos que se encuentran en cada una de las Unidades Administrativas diagramadas en el organograma.

Tabla 36 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE GERENTE

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Gerente General
Jefe inmediato superior	Ninguno
Supervisa a	Operario de producción, Asesor de ventas-marketing

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Encargado de las áreas administrativas, financieras.

III FUNCIONES

- Planificación, organización y supervisión general de las actividades desarrolladas por la empresa.
- Realizar pagos a trabajadores, proveedores y gastos de la empresa.
- Elaboración de planes de trabajo, con estimación de costos y requerimientos legales.
- Distribución y calendarización de tareas al personal a su cargo, como la verificación de cumplimiento de las mismas.
- Coordinar y preparar agendas de las reuniones, visitas a clientes y otras actividades.
- Motivar, supervisar y mediar al grupo de trabajo.
- Cierre de negociaciones y seguimiento posterior.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Ingeniero Administración de empresas
Experiencia	3 Años en el mismo cargo o similares.
Habilidades	Capacidad de negociación Trabajo en equipo Liderazgo Capacidades comunicativas Orientación al cliente.
Formación	Tercer nivel. Capacitación en ventas y mercadotecnia. Capacitación en contabilidad, talento humano.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Tabla 37 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DEL OPERARIO

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Operario de producción
Jefe inmediato superior	Gerente general
Supervisa a	Asistente técnico

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Encargado de la adquisición de materia prima a proveedores y proceso de ensamblaje hasta producto terminado.

III FUNCIONES

- Planificar y elaborar el plan de producción para cada pedido de la empresa.
- Elaborar las requisiciones de materiales necesarios para la producción planificada.
- Encargado de la carga y descarga de materia prima y productos elaborados.
- Realizar el almacenamiento de materia prima previamente inspeccionada.
- Ensamblaje de los productos para el servicio requerido.
- Realizar labores de limpieza en equipos intervenidos para la fabricación.
- Encargado del empaquetamiento para consiguiente la instalación de los productos.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Bachiller
Experiencia	2 Años en el mismo cargo o similares.
Habilidades	Trabajo en equipo Capacidades comunicativa Capacidad de utilizar herramientas y equipos esenciales para el desarrollo de sus funciones.
Formación	Segundo nivel Conocimiento de domótica Conocimiento de construcción. Capacitación en tecnología Capacitación en diseño y decoración de interiores.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Tabla 38 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DEL ASISTENTE TÉCNICO

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Asistente técnico
Jefe inmediato superior	Gerente general , Operario de producción
Supervisa a	Ninguno

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Encargado de dar soporte a la producción e instalación de los productos ensamblados.

III FUNCIONES

- Planificar y elaborar registro diariamente de las instalaciones para cada pedido de la empresa.
- Planificar y organizar el material para la instalación de un determinado producto.
- Asistencia a la carga y descarga de materia prima y productos elaborados.
- Asistencia al almacenamiento de materia prima previamente inspeccionada.
- Soporte al empaquetamiento para consiguiente la instalación de los productos.
- Encargado de las instalaciones, mantenimiento y reparación de productos ensamblados para los servicios.
- Encargado de los equipos de instalación

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Bachiller
Experiencia	2 Años en el mismo cargo o similares.
Habilidades	Trabajo en equipo Capacidades comunicativa Capacidad de utilizar herramientas y equipos esenciales para el desarrollo de sus funciones.
Formación	Segundo nivel Conocimiento de electricidad y tecnología. Conocimiento de construcción. Capacitación en equipos de instalación Capacitación en diseño y decoración de interiores.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Tabla 39 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DEL ASISTENTE DE VENTAS Y MARKETING

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Asistente de ventas y marketing
Jefe inmediato superior	Gerente general
Supervisa a	Operario de producción

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Encargado de promover ventas y publicidad digital para la obtención de clientes.

III FUNCIONES

- Realizar la planificación para la publicidad en redes sociales en determinado días.
- Encargado de la asesoría hacia los clientes.
- Realiza ventas telefónicas, correo, redes sociales y pagina web.
- Mantener limpio el local comercial.
- Encargado de generar facturas.
- Servicio al cliente y reclamos.
- Brindar apoyo administrativo.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Lic. Administración de empresas
Experiencia	3 Años en el mismo cargo o similares.
Habilidades	Trabajo en equipo Capacidad comunicativa e interpersonal. Orientación al cliente
Formación	Tercer nivel, Aptitud en contabilidad y financiero. Conocimiento de diseño y decoración de casas. Conocimiento de publicidad digital. Capacitación en marketing y ventas. Capacitación en técnicas de ventas y redes sociales.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

3.4 Control de Gestión

3.4.1 Indicadores de gestión

Enliste y justifique los indicadores de gestión que puede utilizar en las áreas de su empresa, cuando inicie la operación.

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

Tabla 40 INDICADORES DE GESTION

ÁREAS	INDICADORES	INTEPRETACION	FRECUENCIA
Gerencia	Control de inventario	Organizar y controlar proveedores y su abastecimiento 100%	Mensual
	Control del personal	Evaluación de cumplimiento de desempeño 100%	Trimestral
Producción	Abastecimiento de materia prima	Control de entradas y salidas a tiempo 100%	Mensual
	Plan de incremento de producción	Personal capacitado para lograr mejor en el tiempo	Mensual
Ventas y Marketing	Atención al cliente	Número de asesorías atendidas/ Número de asesorías solicitadas	Mensual
	Nivel de satisfacción del cliente	Servicio personalizado para alcanzar una satisfacción del cliente 100%	Mensual

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

3.4.2 Necesidades De Personal

En la empresa “Bs Decor” se ha identificado la cantidad necesaria del personal requerido y posterior proyectando a los próximos 5 años para el cumplimiento de sus actividades y objetivos para cada año establecido.

Tabla 41 NECESIDAD DE PERSONAL

Año	Gerente general	Dpto. Producción	Dpto. Ventas y Marketing
2021	1	2	1
2022	1	2	1
2023	1	2	1
2024	1	2	1
2025	1	3	1

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

CAPITULO IV

4 Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

Determinar los procedimientos legales y jurídicos para la conformación de la empresa “Bs Decor” para su funcionamiento en el Ecuador.

4.2 Determinación de la forma jurídica

Bs Decor S.A.S, se establecerá legalmente constituida como una empresa en sociedad por acciones simplificadas, la estructura legal está constituida por un socio y controlada por la superintendencia de compañías, valores y seguros, la ubicación de la empresa será en el Cantón Quito, Parroquia de Cotocollao, estableciendo esta zona como estratégica para la comercialización de la empresa antes mencionada. (Salgado, 2021)

Esta Sociedad ha sido definida como “Tipo de sociedad mercantil conformada por una o más personas mediante un trámite simplificado para fomentar la formalización y desarrollo de empresas”, según lo señala el numeral 9º del artículo 3 de la referida Ley, y como “Una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre mercantil, independientemente de sus actividades operacionales”, según lo señala el primer artículo enumerado de la Disposición Transitoria Primera de la misma. (Salgado, 2021)

Fuente: www.derechosecuador.com

Elaborado por: Autor

Artículo 1: Personalidad jurídica independiente de la sociedad por acciones simplificada.- La sociedad por acciones simplificada, una vez constituida, tiene personalidad jurídica independiente de sus accionistas.

El principio de existencia jurídica de la sociedad por acciones simplificada es la fecha de inscripción del documento constitutivo en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (Superintendencia de compañías, 2020)

Artículo 2: Responsabilidad limitada de los accionistas.- Los accionistas de una sociedad por acciones simplificada solamente será responsable hasta por el monto de sus respectivos aportes. Sin embargo, de acuerdo con la Ley, el o los accionistas podrán renunciar de manera expresa y por escrito al principio general de responsabilidad limitada en este tipo de compañías. (Superintendencia de compañías, 2020)

Artículo 3: Imposibilidad de negociar acciones de propia emisión en el mercado de valores.- Las acciones que emita la sociedad por acciones simplificada no podrá inscribirse en el Catastro Público de Mercado de Valores ni ser negociadas en bolsa. Sin embargo, la sociedad por acciones simplificada sí podrá negociar, en el mercado de valores, acciones emitidas por otras sociedades mercantiles u otros valores negociables, de acuerdo con la Ley. La sociedad por acciones simplificada estará facultada a emitir otros valores negociables en el mercado de valores, de acuerdo con la Ley de la materia, incluyendo a las obligaciones convertibles en acciones. (Superintendencia de compañías, 2020)

Artículo 4: Constitución de la sociedad por acciones simplificada.- Esta sociedad se constituirá por documento privado, mediante contrato o acto unilateral, que se inscribirá en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, fecha desde la cual inicia la existencia de su vida jurídica. Sin embargo, en el caso de que los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse por escritura pública e inscribirse también en los registros correspondientes. (Superintendencia de compañías, 2020)

Artículo 10: Proceso de constitución electrónica.- Además del proceso de constitución mediante la suscripción del acto o contrato y la presentación de la documentación a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, la sociedad por acciones simplificada se podrá constituir de manera electrónica. El proceso simplificado de constitución y registro por vía electrónica de compañías, utilizando el sistema informático de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, deberá mantenerse abierto para todos los usuarios en forma permanente e ininterrumpida. (Superintendencia de compañías, 2020)

Se podrá acceder al mismo a través del portal web institucional www.supercias.gob.ec., y sus funciones permitirán al usuario registrado, realizar todo el proceso de constitución de una sociedad por acciones simplificada, utilizando la firma electrónica obtenida en la entidad calificada para el efecto por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones. Dicho usuario será responsable de ingresar en el sistema la información veraz y necesaria para que se genere y concluya el proceso. (Superintendencia de compañías, 2020)

Artículo 11: Validez de las firmas electrónicas.- De acuerdo con la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, la firma electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio. (Superintendencia de compañías, 2020)

4.3 Registros de marcas

Las marcas comerciales, como símbolo vital para la identificación, intercambio y toma de decisiones de consumo, han pasado a convertirse en ejes esenciales sobre los cuales se soporta el actual panorama del comercio (Cepeda, 2014)

En la empresa Bs Decor, debe cumplir los siguientes requisitos y procesos en el servicio nacional de derechos intelectuales para cumplir el registro de marca de la organización.

Fuente: <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/7dd5d3cc-7fd4-41d8-ad32-4decf64e9d32/REGLAMENTO+DE+SOCIEDADES+POR+ACCIONES+SIMPLIFICAD>

Elaborado por: Autor

PROCESO PARA REGISTRO DE MARCA

- 1.- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- 2.- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
- 3.- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
- 4.- llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
- 5.- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
- 6.- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
- 7.- Ingrese con su usuario y contraseña
- 8.- Ingrese a la opción PAGOS
- 9.- Opción TRAMITES NO EN LINEA
- 10.- Opción GENERAR COMPROBANTE
- 11.- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
- 12.- Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
- 13.- Imprima el comprobante
- 14.- Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea (Manual de uso)
- 15.- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
- 16.- Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el

NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.

17.- Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

Fuente: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Elaborado por: Autor

TRAMITE PARA EL REGISTRO DE LA MARCA

18.- Verifique en el listado de marcas que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.

19.- Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña

20.- Opción REGISTRO

21.- Del listado escoja la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS

22.-Proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca

- Seleccione la oficina donde desea se le realice sus trámites
- Denominación del signo: Naturaleza del signo Tipo de signo Denominación País de nacionalidad del signo Descripción clara y completa del signo
- Adjuntar logotipo o diseño (en caso de marca figurativa o mixta)
- Identificación del solicitante titular
 - Quién actúa a través de (en caso de que el solicitante sea una persona jurídica)
 - Enumeración detallada de productos, servicios o actividades (clase niza)
 - Prioridad (llenar solo si la marca ha sido registrada con anterioridad en otro país)
 - Abogado patrocinador (opcional)
 - Anexos (adjuntar nombramiento del representante legal en el caso de que el solicitante sea una persona jurídica)
- Descuento (certificado extendido por el área financiera a: MIPYMES, Entidades del sector público, Empresas de economía popular y solidaria y Artesanos)

23.- Después de haber ingresado los datos

24.- Botón GUARDAR

25.- Botón VISTA PREVIA

26.- Botón GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208, 00

27.- Cancele en el Banco del Pacífico 28.- Icono INICIO DE PROCESO.

Fuente: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Elaborado por: Autor

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

En la siguiente tabla se visualiza cada licencia y permiso de funcionamiento que tendrá que realizar la empresa “Bs Decor” para el funcionamiento en el Cantón Quito, los principales que se implementara es el RUC, LUAE y Permiso de Bomberos Quito.

Tabla 42 LICENCIAS Y DOCUMENTOS LEGALES

Permisos	Descripción
RUC	Requisitos (básicos) para realizar el trámite a través del canal presencial: • Cédula de identidad • Certificado de votación • Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente Procedimiento para realizar el trámite a través del canal presencial: 1. Acudir al centro de atención del SRI 2. Solicitar el turno 3. Esperar el turno 4. Acudir a la ventanilla de atención 5. Presentar los requisitos y documentación de respaldo 6. Recibir contestación Fuente: https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-regimen-general-persona-natural-ecuatoriana-extranjera-residente

LUAE: LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS	Requisitos Obligatorios: EMISIÓN Previo a la solicitud de LUAE, deben cumplir con el registro del impuesto de Patente. Emisión: Procedimiento Ordinario y Especial (Validación de Pre existencia - ICUS Prohibido - Permitido) Formulario de Solicitud LUAE (Generado del sistema informático de LUAE). Cédula original del titular o Representante legal. RUC original. Fuente: https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae
PERMISOS BOMBEROS	Requisitos Obligatorios: 1. Solicitud de Inspección para obtener el Permiso de Ocupación en el link: <u>Sistema Declarativo</u> 2. Cédula del Propietario del Proyecto escaneada en PDF 3. Cédula del Profesional Responsable del Sistema de Incendios. escaneada en PDF 4. Copia del Certificado de Visto Bueno de Planos. (PDF) Luego de la inspección el profesional responsable debe entregar al analista técnico lo siguiente: 1. Certificado de instalación y pruebas del sistema de detección y alarma. 2. Documento declarativo donde se especifique la entrega a cada unidad de vivienda de Extintores, Ventilaciones y Calentamiento de Agua. 3. Certificado de la Resistencia al fuego de la estructura metálica y/o madera vista. 4. Certificado de las puertas corta fuego RF-60 mín. 5. Certificado Instalación, Pruebas de Presión y hermeticidad del sistema de supresión con agua. 6. Certificado de Instalación y pruebas de Presurización de Escaleras. 7. Certificado de Instalación de Pararrayos. 8. Registro fotográfico específico de cada Sistema contra Incendios. Fuente: https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/permiso-ocupacion-edificaciones-emitido-cuerpo-bomberos-distrito-metropolitano-quito

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

CAPITULO V

5 Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo

Establecer los índices financieros que permitan identificar el plan de inversiones, financiamiento, costos y gastos para conocer la rentabilidad y viabilidad de la empresa "Bs Decor" en la ciudad de Quito.

5.2 Plan de inversiones

Se desarrollar en detallar las necesidades de materiales para la producción de la empresa, y el Capital de Trabajo que se obtendrá para su efectividad del proyecto. En el siguiente cuadro se representa la descripción de las cantidades, valor unitario y total en dólares.

Tabla 43 PLAN DE INVERSIÓN

Cantidad	Cantidad	Valor Unitario	Total (US\$)
LOCAL			\$ 180,00
Instalaciones y remodelaciones	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Instalaciones eléctricas	3	\$ 10,00	\$ 30,00
MUEBLES Y ENSERES			\$ 145,00
Escritorio	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Silla de escritorio	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Silla individual de espera	3	\$ 25,00	\$ 75,00
HERRAMIENTAS			\$ 118,63
Juego 6 destornilladores 3 planos / 3 estrellas	3	\$ 5,20	\$ 15,60
Playo Ajustable Silk 6	2	\$ 2,30	\$ 4,60

Caja de herramientas plástico industrial	1	\$	19,50	\$	19,50
Extensión Eléctrica 5m	3	\$	3,92	\$	11,76
Arco de sierra	1	\$	3,65	\$	3,65
Alicate	2	\$	2,52	\$	5,04
Remachadora	1	\$	5,45	\$	5,45
Martillo	2	\$	3,88	\$	7,76
Juego de 16 brocas y puntas	1	\$	19,39	\$	19,39
Flexómetro (5m)	2	\$	3,99	\$	7,98
Nivel de burbuja (Stanley)	1	\$	8,00	\$	8,00
Juego de 6 limas	1	\$	3,25	\$	3,25
Estilete (9mm)	5	\$	1,33	\$	6,65
MAQUINARIA Y EQUIPO				\$	785,71
Ingleteadora	1	\$	250,00	\$	250,00
Mesa de trabajo	1	\$	60,00	\$	60,00
Medidor Laser 60m	1	\$	75,00	\$	75,00
Pistola de silicón	2	\$	3,00	\$	6,00
Taladro Inalámbrico	1	\$	111,81	\$	111,81
Taladro Manual	2	\$	62,00	\$	124,00
Escalera Metálica (68cm)	1	\$	23,90	\$	23,90
Estantería Metálica	3	\$	45,00	\$	135,00
VEHÍCULOS				\$	8.000,00
Furgoneta Chery Practivan	1	\$	8.000,00	\$	8.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				\$	720,00
Computadora de escritorio	1	\$	500,00	\$	500,00
Impresora Edson	1	\$	220,00	\$	220,00
EQUIPOS DE OFICINA				\$	95,00
Calculadora	1	\$	5,00	\$	5,00
Cámara de Seguridad	2	\$	45,00	\$	90,00
INVENTARIOS				\$	-
COSTOS DE CONSTITUCIÓN				\$	54,88
Ruc	1	\$	-	\$	-

Firma Electrónica	1	\$	54,88	\$	54,88
Luas	1	\$	-	\$	-
Permiso del cuerpo de bomberos	1	\$	-	\$	-
Constitución S.A.S	1	\$	-	\$	-
CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)				\$	13.714,32
TOTAL				\$	23.813,54

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 44 CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
COSTOS DIRECTOS	\$ 2.315,17	\$ 6.945,51
Materia Prima Directa		
Mano de Obra Directa	\$ 2.315,17	\$ 6.945,51
COSTOS INDIRECTOS	\$ 210,00	\$ 630,00
Materia prima indirecta	\$ 200,00	\$ 600,00
Materiales de limpieza	\$ 10,00	\$ 30,00
TOTAL COSTOS	\$ 2.525,17	\$ 7.575,51
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.866,27	\$ 5.598,81
Arriendo	\$ 160,00	\$ 480,00
Local comercial	\$ 160,00	\$ 480,00
Equipo de protección	\$ 6,27	\$ 18,81
Guantes	\$ 2,19	\$ 6,57
Mascarilla	\$ 2,25	\$ 6,75
Gafas	\$ 1,83	\$ 5,49
Servicios Básicos	\$ 50,00	\$ 150,00
Agua Potable	\$ 5,00	\$ 15,00
Luz Eléctrica	\$ 15,00	\$ 45,00

Internet	\$	30,00	\$	90,00
Sueldos y Salarios	\$	1.650,00	\$	4.950,00
Administrador (Gerente)	\$	450,00	\$	1.350,00
Operación de producción	\$	400,00	\$	1.200,00
Asistente técnico	\$	400,00	\$	1.200,00
Asistente ventas y marketing	\$	400,00	\$	1.200,00
GASTOS DE VENTA	\$	180,00	\$	540,00
Publicidad	\$	120,00	\$	360,00
Combustible	\$	60,00	\$	180,00
GASTOS FINANCIEROS	\$	-	\$	-
TOTAL GASTOS	\$	2.046,27	\$	6.138,81
TOTAL COSTOS + GASTOS	\$	4.571,44	\$	13.714,32

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

5.4 Cálculo de Costos y Gastos

5.4.1 Mano de Obra

Se realiza el cálculo de mano de obra para determinar los gastos en sueldos de cada empleado de la empresa, detallar el cargo, código, sueldo, ingresos, descuentos y aporte al IESS con el fin de conocer el gasto total de cada personal en el cargo. En la siguiente tabla se puede visualizar:

Tabla 45 MANO DE OBRA

Ord.	Nombres	Cargo	Código	Sueldo	Ingresos Otros	Total	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar
1	Andrés	Administrador (Gerente)	GG001	\$ 450,00	0	\$ 450,00	\$ 42,53	\$42,53	\$407,48
2	Marcelo	Operario de producción	OP002	\$ 400,00	0	\$ 400,00	\$ 37,80	\$37,80	\$362,20
3	Marco	Asistente técnico	AT003	\$ 400,00	0	\$ 400,00	\$ 37,80	\$37,80	\$362,20
4	Carolina	Asistente de ventas y marketing	AVM04	\$ 400,00	0	\$ 400,00	\$ 37,80	\$37,80	\$362,20

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

TABLA 46 PROYECCIÓN MANO DE OBRA

MANO DE OBRA								
	Aporte patronal 11,15%	Décimo XIII	Décimo XIV	Fondo de reserva	Vacación	Total Provisión	Costo mano obra	
	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 181,41	\$ 631,41	
	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 161,25	\$ 561,25	
	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 161,25	\$ 561,25	
	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 161,25	\$ 561,25	
TOTAL	\$ 183,98	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,45	\$ 68,75	\$ 665,17	\$ 2.315,17	
COSTO MENSUAL DE MANO DE OBRA							\$2.315,17	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

5.4.2 Depreciación

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc. Considerando que los activos incluidos en nuestro plan de inversiones estarán sujetos a este fenómeno, debemos realizar el cálculo que determine el cargo por depreciación que deberá ser incluido en nuestro detalle de gastos. Utilice el siguiente cuadro para realizar este cálculo. Se recomienda el uso del método lineal.

Tabla 47 CÁLCULO DE LAS DEPRECIACIONES

DEPRECIACIÓN					
Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual	
Instalaciones	10 años	\$ 180,00	10%	\$	18,00
Muebles y enseres	10 años	\$ 145,00	10%	\$	14,50
Herramientas	10 años	\$ 118,63	10%	\$	11,86
Maquinaria y equipo	10 años	\$ 785,71	10%	\$	78,57
Vehículo	5 años	\$ 8.000,00	20%	\$	1.600,00
Equipo de computación	3 años	\$ 720,00	33%	\$	239,98
Equipo de oficina	10 años	\$ 95,00	10%	\$	9,50
TOTAL		\$ 10.044,34		\$	1.972,41

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

5.4.3 Proyección de la depreciación

El valor obtenido del cálculo de las depreciaciones, deberá ser proyectado en el tiempo, con una particularidad, los cargos por depreciación a lo largo de la vida útil del proyecto serán los mismos, a excepción de los equipos de computación, cuya vida útil sólo es de tres años. Utilice el siguiente cuadro para proyectar la depreciación:

Tabla 48 PROYECCION DE LA DEPRECIACION

PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN						
Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Instalaciones	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	
Muebles y enseres	\$ 14,50	\$ 14,50	\$ 14,50	\$ 14,50	\$ 14,50	
Herramientas	\$ 11,86	\$ 11,86	\$ 11,86	\$ 11,86	\$ 11,86	
Maquinaria y equipo	\$ 78,57	\$ 78,57	\$ 78,57	\$ 78,57	\$ 78,57	
Vehículo	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	
Equipo de computación	\$ 239,98	\$ 239,98	\$ 239,98	\$ -	\$ -	
Equipo de oficina	\$ 9,50	\$ 9,50	\$ 9,50	\$ 9,50	\$ 9,50	
TOTAL	\$ 1.972,41	\$ 1.972,41	\$ 1.972,41	\$ 1.732,43	\$ 1.732,43	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

5.4.4 Detalle de Costos

Para este tema, deberán enlistarse y dar valor a cada uno de los costos en los cuales se va a incurrir en el proyecto de factibilidad, relacionados a la actividad propia del negocio. Costos de materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación para el caso de tratarse de un negocio de transformación. Costos de compra de productos para el caso de un negocio comercial y costos relacionados a la prestación de servicios si el negocio es de esta

naturaleza. Estos valores deberán constar en el siguiente cuadro:

Tabla 49 DETALLE DE COSTOS - SERVICIOS

COSTOS					
Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costos Unitario	Costo mensual	Costos anual
Materiales y suministros					
Tela	Metros	100	\$ 3,50	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Cenefa (Aluminio	Metros	100	\$ 4,16	\$ 416,00	\$ 4.992,00
Controles	Cantidad	80	\$ 0,25	\$ 20,00	\$ 240,00
Triangular (Aluminio)	Metros	100	\$ 1,96	\$ 196,00	\$ 2.352,00
Topes	Unidades	100	\$ 0,05	\$ 5,00	\$ 60,00
Winchas	Unidades	80	\$ 0,45	\$ 36,00	\$ 432,00
Cadena	Metros	80	\$ 0,20	\$ 16,00	\$ 192,00
Control Domótica	Unidades	10	\$ 35,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Cámara	Unidades	10	\$ 40,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Pega	Unidades	4	\$ 1,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Cinta Doble fash	Metros	100	\$ 0,12	\$ 12,00	\$ 144,00
Tornillos	Unidades	150	\$ 0,05	\$ 7,50	\$ 90,00
Tacos	Unidades	150	\$ 0,03	\$ 4,50	\$ 54,00
TOTAL				\$ 1.817,00	\$ 21.804,00
Materiales Indirectos					
Rollo Plastico Stretch	Kg	3	\$ 10,00	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL				\$ 30,00	\$ 360,00
Mano de obra directa					
Operario de producción	Unidad	1	\$ 561,25	\$ 561,25	\$ 6.735,04
Asistente técnico	Unidad	1	\$ 561,25	\$ 561,25	\$ 6.735,04
TOTAL				\$ 1.122,51	\$ 13.470,08
Arriendo Punto de Venta					
Alquiler Local Comercial	Unidad	1	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00
TOTAL				\$ 360,00	\$ 4.320,00
Servicios Básicos de producción					

Energía eléctrica	kw/hr	1	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 144,00
TOTAL				\$ 12,00	\$ 144,00
Combustible					
Gasolina extra	Unidad	90	1,99	\$ 179,10	\$ 2.149,20
TOTAL				\$ 179,10	\$ 2.149,20
Depreciación de producción					
Instalación				\$ 1,50	\$ 18,00
Maquinaria y equipos				\$ 6,55	\$ 78,57
Herramientas				\$ 0,99	\$ 11,86
Vehículo				\$ 133,33	\$ 1.600,00
TOTAL				\$ 142,37	\$ 1.708,43
Mano de obra indirecta					
Maestro Plomero	Días	7	\$ 15,00	\$ 105,00	\$ 1.260,00
TOTAL				\$ 105,00	\$ 1.260,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

5.4.5 Proyección de Costos

Una vez obtenido el costo mensual, estaremos en capacidad de realizar la proyección anual, utilizando indicadores que nos permitan reflejar cifras a lo largo de la vida útil del proyecto, con la particularidad de que ya planteamos una división entre los costos fijos y los variables. Considerar para la proyección la tasa promedio de inflación de los últimos 5 años.

Tabla 50 PROYECCION DE COSTOS

PROYECCIÓN DE LOS COSTOS																
Descripción	Costo mensual	Costos		Total	Costos		Total	Costos		Total	Costos		Total	Costos		Total
		Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
Material y suministros	1817,00		21804,00	21804,00		22110,18	22110,18		22419,13	22419,13		22450,30	22450,30		22762,30	22762,30
Materiales indirectos	30,00		360,00	360,00		363,38	363,38		366,79	366,79		367,13	367,13		370,58	370,58
Mano de Obra	1122,51		13470,08	13470,08		13591,31	13591,31		13713,63	13713,63		13725,97	13725,97		13849,50	13849,50
Servicios básicos de producción	12,00		144,00	144,00		145,62	145,62		147,25	147,25		147,41	147,41		149,06	149,06
Combustible	179,10		2149,20	2149,20		2173,69	2173,69		2195,40	2195,40		2197,59	2197,59		2219,52	2219,52
Arriendo																
Punto de Venta	360,00	4320,00		4320,00	4358,88		4358,88	4398,11		4398,11	4437,69		4437,69	4477,18		4477,18
Depreciación de producción	142,37	1708,43		1708,43	1723,81		1723,81	1739,32		1739,32	1754,97		1754,97	1770,76		1770,76
Mano de obra indirecta	105,00		1260,00	1260,00		1276,20	1276,20		1292,55	1292,55		1309,04	1309,04		1325,68	1325,68
TOTALES	3.767,98	6028,43	39187,28	45215,71	6082,69	39660,38	45743,07	6137,43	40134,75	46272,18	6192,66	40197,44	46390,10	6247,94	40676,64	46924,58

5.4.6 Detalle de Gastos

Cuando se habla de gastos, se entiende por tales, aquellos desembolsos necesarios para producir, mantener y vender los productos materia del negocio, a ellos, los hemos clasificado en administrativos, de venta y financieros, según el área de negocio. Un ejemplo de gastos administrativos constituye los sueldos del personal que administra el negocio. Para el caso de gastos de venta, un ejemplo clásico es el relacionado a la publicidad, arriendos en locales para ventas, otros; y los gastos financieros están relacionados a los costos que demandan la utilización del capital prestado, principalmente de las instituciones financieras. Estos gastos estarán determinados con nombre y valor en el siguiente cuadro:

Tabla 51 DETALLE DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos del personal					
Administrador (Gerente)	Dólares	\$ 450,00	1	\$ 631,41	\$ 7.576,92
Operación de producción	Dólares	\$ 400,00	1	\$ 561,25	\$ 6.735,04
Asistente técnico	Dólares	\$ 400,00	1	\$ 561,25	\$ 6.735,04
Asistente ventas y marketing	Dólares	\$ 400,00	1	\$ 561,25	\$ 6.735,04
TOTAL				\$ 2.315,17	\$ 27.782,04
Servicios Básicos					
Agua	mt2	\$ 4,00	1	\$ 4,00	\$ 48,00
Luz	kw/hr	\$ 14,00	1	\$ 14,00	\$ 168,00
Internet	Megas	\$ 30,00	1	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL				\$ 48,00	\$ 576,00
Arriendo					
Local comercial	Unidad	\$ 350,00	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00
TOTAL				\$ 350,00	\$ 4.200,00

Útiles de Limpieza					
Desinfectante	Unidad	\$	2,50	1	\$ 2,50 \$ 30,00
Escoba	Unidad	\$	2,25	1	\$ 2,25 \$ 27,00
Papel Higiénico	Unidad	\$	1,00	2	\$ 2,00 \$ 24,00
Jabón Líquido	Unidad	\$	1,30	2	\$ 2,60 \$ 31,20
Alcohol antiséptico	Unidad	\$	5,00	1	\$ 5,00 \$ 60,00
TOTAL				\$ 14,35	\$ 172,20
Suministros de oficina					
Papel	Unidad	\$	3,00	1	\$ 3,00 \$ 36,00
Esferos	Unidad	\$	0,40	4	\$ 1,60 \$ 19,20
TOTAL				\$ 4,60	\$ 55,20
Total Gastos Administrativos				\$ 2.732,12	\$ 32.785,44

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Tabla 52 DETALLE DE GASTOS DE VENTAS

GASTOS VENTAS					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad					
Redes Sociales	Dólares	\$ 10,00	4	\$ 40,00	\$ 480,00
Página Web	Dólares	\$ 50,00	1	\$ 50,00	\$ 600,00
Total Gastos de Ventas		0	0	\$ 90,00	\$ 1.080,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

5.4.7 Proyección Gastos

De la misma forma como realizamos la proyección para los costos, se hace menester proyectar los gastos en el tiempo, obteniendo el valor del gasto mensual ya solo una operación de multiplicación proyectará los gastos a lo largo de la vida útil del proyecto. Vale mencionar que la clasificación entre gastos fijos y variables contribuirá en la obtención del punto de equilibrio. Considerar para la proyección la tasa promedio de inflación de los últimos 5 años.

Tabla 53 PROYECCIÓN DE GASTOS

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN																
Descripción	Gasto	Gasto		Total	Gasto		Total	Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total
	mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
Sueldos del personal	2315,17	27782,04		27782,04	28032,08		28032,08	28284,37		28284,37	28538,93		28538,93	28795,78		28795,78
Servicios Básicos	48,00		576,00	576,00		581,18	581,18		586,41	586,41		591,69	591,69		597,02	597,02
Arriendo	350,00	4200,00		4200,00	4237,80		4237,80	4275,94		4275,94	4314,42		4314,42	4353,25		4353,25
Útiles de Limpieza	14,35		172,20	172,20		173,75	173,75		175,31	175,31		176,89	176,89		178,48	178,48
Suministros de oficina	4,60		55,20	55,20		55,70	55,70		56,20	56,20		56,71	56,71		57,22	57,22
TOTALES	2732,12	31982,04	803,40	32785,44	32269,88	810,63	33080,51	32560,31	817,92	33378,23	32853,35	825,29	33678,64	33149,03	832,72	33981,75

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Tabla 54 PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTAS

GASTOS DE VENTAS																		
Descripción	Gasto		Gasto		Total		Gasto		Total		Gastos		Total		Gastos		Total	
	mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5		
Redes Sociales	40,00		480,00	480,00		484,32	484,32		488,68	488,68		493,08	493,08		497,52	497,52		
Página Web	50,00		600,00	600,00		605,40	605,40		610,85	610,85		616,35	616,35		621,90	621,90		
TOTALES	90,00	0	1.080,00	1.080,00	0	1.089,72	1.089,72	0	1.099,53	1.099,53	0	1.109,43	1.109,43	0	1.119,42	1.119,42		

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

5.5 Plan de Financiamiento

Las necesidades de inversión propuestas en el numeral anterior deben ser financieramente satisfechas, para lo que se presenta un resumen de la inversión que se requiere, así como las fuentes posibles de utilización:

El tema del financiamiento está relacionado a la actividad del proyecto, de ahí que la mayor o menor cuantía de su valor, dependerá de la necesidad de dinero externo en la medida de no poderlo cubrir con dinero propio. El cuadro que se presenta a continuación, establece los parámetros que puede utilizar el proponente para financiar su proyecto.

Tabla 55 PLAN DE FINANCIAMIENTO

PLAN DE FINANCIAMIENTO			
Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios			
Efectivo	\$ 23.813,54	100%	100%
Recursos de terceros			
Préstamo bancario	0	0	0
TOTAL	\$ 23.813,54		100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

5.6 Cálculo de Ingresos

La decisión de cubrir el mercado insatisfecho con los productos ofrecidos luego del estudio de mercado y una vez determinados los productos que va a ofrecer el negocio, establecerán el nivel de ingresos del mismo, para lo cual es necesario establecer el precio unitario del producto y las cantidades proyectadas para vender, de esta manera se pueden fijar valores para el año uno y utilizando un criterio de crecimiento en ventas, se podrán proyectar para los años siguientes. Este resumen deberá constar en el siguiente cuadro:

Tabla 56 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA UNITARIO

CÁLCULO DE INGRESOS					
Servicios	Costo Total	Unidades	Margen de Utilidad		Precio de Venta Unitario
	(mensual)		\$	%	
Servicio de Diseño y Decoración	\$ 17,50	160	\$ 9,50	35	\$ 27,00
Servicio de Domótica	\$ 29,50	60	\$ 10,50	26	\$ 40,00
Servicio de Instalación	\$ 1,25	160	\$ 2,25	64	\$ 3,50
Servicio de Mantenimiento	\$ 3,00	40	\$ 5,00	63	\$ 8,00
Servicio de Asesoría	\$ 2,00	160	\$ 8,00	80	\$ 10,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Tabla 57 CÁLCULO DEL INGRESO ANUAL

CÁLCULO DE INGRESOS ANUAL			
Precio de Venta Unitario		Unidades Producidas (anuales)	Ingresos del primer año
\$	27,00	1920	\$ 51.840,00
\$	40,00	720	\$ 28.800,00
\$	3,50	1920	\$ 6.720,00
\$	8,00	480	\$ 3.840,00
\$	10,00	1920	\$ 19.200,00
TOTAL		6960	\$ 110.400,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis: El cálculo de ingreso anual se realizó multiplicando el precio de venta unitario por las unidades producidas anuales, en cada servicio tiene un valor diferente de ingresos del primer año, con un total de 110.400,00

5.7 Proyección de Ingresos

De esta manera, obtenido el precio de venta de nuestros servicios ya estamos en condiciones de proyectar cuáles van a ser nuestros ingresos en el transcurrir del tiempo y mientras dure nuestro proyecto. Entonces, proyecte las cifras de ingresos.

Podría considerar para la proyección la tasa de crecimiento poblacional del 1.55% de la Ciudad de Quito, (promedio 5 años), capacidad de producción u otras.

Tabla 58 PROYECCIÓN DE INGRESOS

PROYECCIÓN DE INGRESOS															
Servicios	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
Servicio de Diseño y Decoración	1920,00	27,00	51840,00	1949,76	27,00	52643,52	1979,98	27,00	53459,46	2010,67	27,00	54288,09	2041,84	27,00	55129,68
Servicio de Domótica	720,00	40,00	28800,00	731,16	40,00	29246,40	742,49	40,00	29699,60	754,00	40,00	30160,00	765,69	40,00	30627,60
Servicio de Instalación	1920,00	3,50	6720,00	1949,76	3,50	6824,16	1979,98	3,50	6929,93	2010,67	3,50	7037,35	2041,84	3,50	7146,44
Servicio de Mantenimiento	480,00	8,00	3840,00	487,44	8,00	3899,52	495,00	8,00	3960,00	502,67	8,00	4021,36	510,46	8,00	4083,68
Servicio de Asesoría	1920,00	10,00	19200,00	1949,76	10,00	19497,60	1979,98	10,00	19799,80	2010,67	10,00	20106,70	2041,84	10,00	20418,40
Total Ingresos	6960,00		110400,00			112111,20			113848,79			115613,50			117405,80

Fuente: Investigación

5.8 Punto de equilibrio

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

Deberá establecerse el punto de equilibrio en tres ámbitos:

1. En unidades físicas
2. En unidades monetarias

Donde:

Costos Variables (CV)

Costos Fijos (CF)

Costos Totales (CT)

Ingresos Totales (IT)

Número de unidades vendidas (UV)

Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

Las fórmulas para calcular el punto de equilibrio son (utilizar para la escritura *Editor de Ecuaciones*):

1. En unidades físicas

$$PE_u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE_u = \frac{6.523,15}{88.50 - 53.25}$$

$$PE_u = 185,05$$

2. En unidades monetarias

$$PE \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{PU}}$$

$$PE \$ = \frac{6.523,15}{1 - \frac{53,25}{88,50}}$$

$$PE \$ = \frac{6.523,15}{0,40}$$

$$PE \$ = 16.377,26$$

Finalmente, los resultados de la aplicación de estas fórmulas, deberán demostrarse gráficamente, para lo que, a continuación presentamos una muestra de su obtención:

Tabla 59 PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO		
Costo fijo Mensuales		
Costos		3767,98
Gastos administración		2665,17
Gastos de ventas		90,00
TOTAL	\$	6.523,15
Costos variables unitarios	\$	53,25
Precio de venta unitario	\$	88,50

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

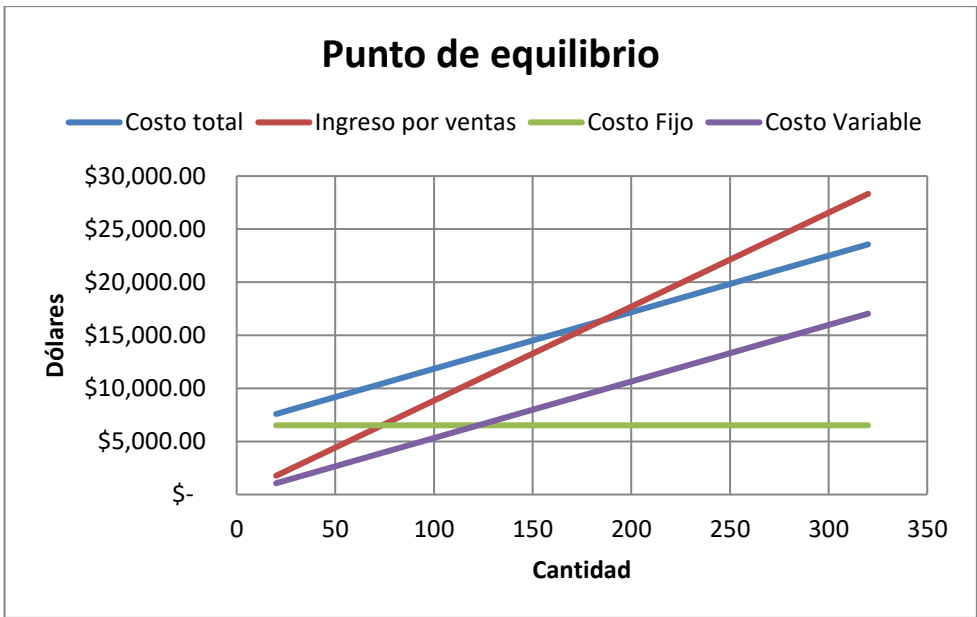
Tabla 60 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Cantidad	Costo total	Ingreso por ventas	Costo Fijo	Costo Variable
20	\$ 7.588,15	\$ 1.770,00	\$ 6.523,15	\$ 1.065,00
40	\$ 8.653,15	\$ 3.540,00	\$ 6.523,15	\$ 2.130,00
60	\$ 9.718,15	\$ 5.310,00	\$ 6.523,15	\$ 3.195,00
80	\$ 10.783,15	\$ 7.080,00	\$ 6.523,15	\$ 4.260,00
100	\$ 11.848,15	\$ 8.850,00	\$ 6.523,15	\$ 5.325,00
120	\$ 12.913,15	\$ 10.620,00	\$ 6.523,15	\$ 6.390,00
140	\$ 13.978,15	\$ 12.390,00	\$ 6.523,15	\$ 7.455,00
160	\$ 15.043,15	\$ 14.160,00	\$ 6.523,15	\$ 8.520,00
185,05	\$ 16.377,26	\$ 16.377,26	\$ 6.523,15	\$ 9.854,11
200	\$ 17.173,15	\$ 17.700,00	\$ 6.523,15	\$ 10.650,00
220	\$ 18.238,15	\$ 19.470,00	\$ 6.523,15	\$ 11.715,00
240	\$ 19.303,15	\$ 21.240,00	\$ 6.523,15	\$ 12.780,00
260	\$ 20.368,15	\$ 23.010,00	\$ 6.523,15	\$ 13.845,00
280	\$ 21.433,15	\$ 24.780,00	\$ 6.523,15	\$ 14.910,00
300	\$ 22.498,15	\$ 26.550,00	\$ 6.523,15	\$ 15.975,00
320	\$ 23.563,15	\$ 28.320,00	\$ 6.523,15	\$ 17.040,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Figura 26 Punto de equilibrio



Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis: En la gráfica se puede observar el punto de equilibrio, entre costo total e ingreso por ventas, como resultado en la cantidad de 185,05 y en dólares \$16.377,26.

5.9 Estado de Resultados Proyectado

Este instrumento le permitirá al proponente saber si su proyecto resulta o no rentable a lo largo de su vida útil. Cabe mencionar que la estructura que se detalla en el cuadro, es el resumen de varias actividades que tendrán que analizarse y detallar en cuadros anexos, de acuerdo al tipo de negocio que se esté analizando.

Tabla 61 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$ 110.400,00	\$ 112.111,20	\$ 113.848,79	\$ 115.613,50	\$ 117.405,80
(-) Costo de Ventas	\$ 45.215,71	\$ 45.743,07	\$ 46.272,18	\$ 46.390,10	\$ 46.924,58
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 65.184,29	\$ 66.368,13	\$ 67.576,61	\$ 69.223,39	\$ 70.481,22
(-) Gastos de venta	\$ 1.080,00	\$ 1.089,72	\$ 1.099,53	\$ 1.109,43	\$ 1.119,42
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 64.104,29	\$ 65.278,41	\$ 66.477,08	\$ 68.113,96	\$ 69.361,80
(-) Gastos Administrativos	\$ 32.785,44	\$ 33.080,51	\$ 33.378,23	\$ 33.678,64	\$ 33.981,75
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 31.318,85	\$ 32.197,90	\$ 33.098,85	\$ 34.435,32	\$ 35.380,05
(-) Gastos Financieros	\$ 31.318,85	\$ 32.197,90	\$ 33.098,85	\$ 34.435,32	\$ 35.380,05
(+) Otros Ingresos	0	0	0	0	0
(-) Otros Egresos	0	0	0	0	0
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 31.318,85	\$ 32.197,90	\$ 33.098,85	\$ 34.435,32	\$ 35.380,05
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 4.697,83	\$ 4.829,68	\$ 4.964,83	\$ 5.165,30	\$ 5.307,01
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 26.621,02	\$ 27.368,21	\$ 28.134,02	\$ 29.270,02	\$ 30.073,04
(-) Impuesto a la renta 25%	\$ 6.655,25	\$ 6.842,05	\$ 7.033,50	\$ 7.317,51	\$ 7.518,26
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 19.965,76	\$ 20.526,16	\$ 21.100,51	\$ 21.952,52	\$ 22.554,78

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

5.10 Flujo de Caja

Esta herramienta le permite al proponente demostrar la capacidad de pago en efectivo y su utilidad radica en determinar los montos de ingresos y el calendario de desembolsos, lo que le permitirá tomar decisiones relacionadas a recuperaciones de ventas, requerimientos de crédito que conceden los proveedores y las instituciones crediticias, manejo de inventarios, nuevas inversiones, etc.

Tabla 62 FLUJO DE CAJA

	DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS OPERACIONALES		\$ 110.400,00	\$ 112.111,20	\$ 113.848,79	\$ 115.613,50	\$117.405,80
	Recuperación por ventas		\$ 110.400,00	\$ 112.111,20	\$ 113.848,79	\$ 115.613,50	\$ 117.405,80
B	EGRESOS OPERACIONALES		\$ 79.081,15	\$ 79.284,53	\$ 79.443,10	\$ 79.601,99	\$ 79.761,19
	Costos		\$ 45.215,71	\$ 45.351,36	\$ 45.442,06	\$ 45.532,95	\$ 45.624,01
	Gastos de ventas		\$ 1.080,00	\$ 1.082,16	\$ 1.084,32	\$ 1.086,49	\$ 1.088,67
	Gastos de administración		\$ 32.785,44	\$ 32.851,01	\$ 32.916,71	\$ 32.982,55	\$ 33.048,51
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ 31.318,85	\$ 32.826,67	\$ 34.405,69	\$ 36.011,51	\$ 37.644,61
D	INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 23.813,54					
	Aportes de capital	\$ 23.813,54					
E	EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 11.353,08	\$ 12.056,19	\$ 12.826,15	\$ 13.669,62	\$ 14.593,93
	Pago de participación de utilidades		\$ 4.697,83	\$ 4.735,41	\$ 4.773,29	\$ 4.811,48	\$ 4.849,97
	Pago de impuestos (Renta 25%)		\$ 6.655,25	\$ 7.320,78	\$ 8.052,86	\$ 8.858,14	\$ 9.743,96

F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ 23.813,54	-\$ 11.353,08	-\$ 12.056,19	-\$ 12.826,15	-\$ 13.669,62	-\$ 14.593,93
G	FLUJO NETO GENERADO (C-F)	-\$ 23.813,54	\$ 19.965,76	\$ 20.770,48	\$ 21.579,54	\$ 22.341,88	\$ 23.050,68
H	Depreciaciones		\$ 1.972,41	\$ 1.972,41	\$ 1.972,41	\$ 1.732,43	\$ 1.732,43
I	SALDO FINAL DE CAJA (G+H-I)	-\$ 23.813,54	\$ 21.938,17	\$ 22.742,89	\$ 23.551,95	\$ 24.074,32	\$ 24.783,11

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

5.11 Evaluación financiera

5.11.1 Indicadores

5.11.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

Se realiza el cálculo de la TMAR, aplicando la fórmula propuesta por Baca Urbina, consiste en lo siguiente:

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

Dónde:

i= Premio al riesgo

f= Inflación

Tabla 63 CÁLCULO DE TMAR

TMAR (BACA URBINA)	Inflación + Riesgo + (Inflación x Riesgo)
Inflación	0,09
Riesgo sector	8,12
TMAR	8,94

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis: El Valor de premio al riesgo se obtuvo de la fuente del Banco Central del Ecuador, correspondiendo a la tasa pasiva referencial actual con el 8,12%, posterior la inflación 0,09%, resultando una TMAR de 8,94%.

Cálculo del VAN

La fórmula que se utilizará es la siguiente:

$$VAN = - \text{Inversión inicial} + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -23.813,54 + \frac{21938,17}{(1+0,0894)^1} + \frac{22742,89}{(1+0,0894)^2} + \frac{23551,95}{(1+0,0894)^3} + \frac{24074,32}{(1+0,0894)^4} + \frac{24783,11}{(1+0,0894)^5}$$

Tabla 64 CÁLCULO VAN

	VAN					
Años	0	1	2	3	4	5
SALDO FINAL DE CAJA	-\$ 23.813,54	\$ 21.938,17	\$ 22.742,89	\$ 23.551,95	\$ 24.074,32	\$24.783,11
SALDO FINAL DE CAJA ACTUALIZADO	-\$ 23.813,54	\$ 2.206,88	\$ 230,15	\$ 23,98	\$ 2,47	\$ 0,26
SALDO FINAL DE CAJA ACUMULADO	-\$ 23.813,54	\$ 21.606,66	\$ 21.376,51	\$ 21.352,54	\$ 21.350,07	\$21.349,82

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis: El valor del VAN es de \$21.349,82, al ser mayor a 0, se considera rentable el plan de negocios.

5.11.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

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

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

Tabla 65 CÁLCULO DEL TIR

Inversión Inicial	-\$ 23.813,54
Flujo neto año 2021	\$ 21.938,17
Flujo neto año 2022	\$ 22.742,89
Flujo neto año 2023	\$ 23.551,95
Flujo neto año 2024	\$ 24.074,32
Flujo neto año 2025	\$ 24.783,11
TIR	91%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis: El valor del TIR corresponde al 91%, al ser mayor que el TMAR con 8,94%, se concluye que el proyecto de inversión es rentable y aceptado para el desarrollo del mismo.

5.11.1.3 Beneficio Costo

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

La fórmula a utilizar es la siguiente:

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

Dónde:

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

VAC: Valor actual de la inversión inicial

$$B/C = \frac{569.379,29}{397.171,97}$$

$$B/C = 1,43$$

Análisis: Para calcular el indicador Beneficio Costo, se identifica los ingresos generados en los 5 años proyectados del proyecto, por consiguiente, se divide para el total de inversión, costos y gastos del proyecto, obteniendo un resultado de 1,43. Concluyendo con el proyecto es rentable y aceptado, cumpliendo la regla de decisión mayor a 1.

5.11.1.4 Período de Recuperación

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

Se sugiere la aplicación del siguiente indicador:

$$\text{PayBack} = \frac{\text{Lo}}{\text{F}}$$

El resultado de esta relación se interpretará como el número de períodos en que se recupera la inversión.

Dónde:

I_0 es la inversión inicial del proyecto

F es el valor de los flujos de caja

$$\text{PayBack} = \frac{23.813,54}{117.090,44}$$

$$\text{PayBack} = 0,2034$$

Tabla 66 CÁLCULO DE PLAYBACK

PayBack	Tiempo	Total	Periodo
0,2034	5	1,02	Años
0,2034	12	2,44	Meses
0,2034	30	6,10	Días

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis: Para calcular el tiempo se dividió la inversión inicial y el total de los valores de los flujos de caja de los 5 años proyectados del proyecto, obteniendo un resultado de 0,2034, por ende el valor se multiplico por 5 (años) ,12 (meses) y 30 (días), En conclusión para el proyecto se necesita 1 año con 2 meses y 6 días para recuperar la inversión, cabe recalcar que puede presentar cambios mínimos.

Bibliografía

- ISO Tols Excellence. (11 de Mayo de 2016). Obtenido de <https://www.isotools.org/2016/05/11/mapa-procesos-nueva-iso-9001-2015/>
- Alcalde, J. C. (2015). *economipedia*. Recuperado el 6 de julio de 2020, de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/comercio-electronico-ecommerce.html#:~:text=Origen%20y%20desarrollo%20del%20ecommerce,lo%20largo%20de%20la%20historia.&text=Estas%20primeras%20transacciones%20ofrecen%20servicios,%C3%B3rdenes%20de%20compra%20o%20factu>
- Allende, D. R. (2017). *scielo*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182017000300218#:~:text=Se%20define%20como%20vegetariano%20a,productos%20l%C3%A1cteos%3B%20lacto%2Dvegetariano%20a
- Ángel Serrano, L. O. (2018). *ekosnegocios*. Obtenido de Revista Datta: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/panorama-del-comercio-electronico-en-ecuador>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. México : Pearson Educación.
- Castillo, G. (14 de Agosto de 2018). *castilloamador*. Obtenido de <https://gaby.castilloamador.com/marco-teorico-veganismo/>
- Castillo, L. G. (10 de Agosto de 2018). *Gaby Castillo*. Recuperado el 23 de Junio de 2020, de <https://gaby.castilloamador.com/marco-teorico-veganismo/#:~:text=Marco%20Te%C3%B3rico%20%E2%80%9CVeganismo%E2%80%9D&text=El%20veganismo%20aparte%20de%20ser,y%20Grecia%2C%20pero%20en%20E.U.A.>
- Cepeda, S. (Julio de 2014). *Scielo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v10n2/v10n2a09.pdf>
- Copyright. (2020). *El blog de día*. Obtenido de El blog de día : <https://blog.dia.es/vegetariano/>
- Davis, S. S. (s.f.). *La voz*. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-estrategias-de-responsabilidad-social-5187.html>
- decoracion-de.com*. (s.f.). Obtenido de <https://decoracion-de.com/decorador-de-interiores->

cuanto-cuestan-sus-servicios/

Dinero. (Junio de 2016). *Copyright*. Obtenido de Copyright:
<https://www.dinero.com/negocios/articulo/responsabilidad-social-para-emprendedores/109795>

Espinosa, R. (16 de Enero de 2015). *Roberto Espinosa*. Obtenido de
<https://robertoespinosa.es/2015/01/16/estrategias-de-marketing-concepto-tipos>

Gonzalez, H. (20 de Julio de 2016). *Calidad & Gestión*. Obtenido de
<https://calidadgestion.wordpress.com/tag/mapa-de-procesos/>

Henrich, E. W. (2017). *Peta.de*. Obtenido de provegan.info/fileadmin/pdf/es/broschuere-veggie-petakids_es.pdf

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. México: Pearson Educación.

Martín Moreno, S. V. (2015). *dit.upm*. Obtenido de dit.upm:
<https://dit.upm.es/~fsaez/intl/proyectos/contenidos/Bloque%20I.pdf>

McCarthy Jerome, P. W. (s.f.). Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica. En M. G. Hill.

Pardo, J. (2017). Gestión por procesos y riesgo operacional. España: Aenor Internacional.

Peña, M. (2014). La importancia del análisis de la trayectoria empresarial bajo dos dimensiones: posición económica y financiera en las empresas ecuatorianas. *Retos*, 3(5), 1-10.

Porto, J. P. (2015). <https://definicion.de/vegano>. Obtenido de <https://definicion.de/vegano>:
<https://definicion.de/vegano/>

Porto, J. P., & Merino, M. (2018). *Definición.de*. Recuperado el 12 de Mayo de 2021, de
<https://definicion.de/instalacion/>

Prado, J. (2017). Configuración y usos de un mapa de procesos. España: Aenor.

Quinn, J. (1993). *Estrategias para el cambio*. Mexico: Prentice-Hall.

Rodríguez, D. (15 de Julio de 2015). Diagnostico Organizacional. *El Mercurio*, 4(2), 1.

Salgado, R. (24 de Febrero de 2021). *Derecho Ecuador*. Obtenido de
<https://www.derechoecuador.com/sociedad-por-acciones-simplificada--i->

Sánchez, J. (30 de Agosto de 2020). <https://economipedia.com/>. Recuperado el 17 de mayo de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/demanda->

potencial.html#:~:text=La%20demanda%20potencial%20es%20un,del%20mismo%20en%20un%20mercado.&text=En%20otras%20palabras%2C%20mide%20el,tambi%C3%A9n%20el%20volumen%20de%20ventas.

Santana Vega, C. F. (2016). Obtenido de http://archivos.fapap.es/files/639-1439-RUTA/04_Dieta_vegetariana.pdf

Santander. (12 de Agosto de 2015). *Georgetown University* . Obtenido de Georgetown University : <http://ojsuniversia.xercode.com/index.php/gcg/article/view/457/etica-empresarial-responsabilidad-social-corporativa-rsc-creacion-valor-compartido-cvc>

Sarkissian, A. (1 de Febrero de 2018). *cuidatudinero*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13117013/estrategia-de-produccion>

Taylor, E. J. (6 de Octubre de 2010). *jemager.wordpress*. Obtenido de <https://jemager.wordpress.com/2010/10/06/mision-vision-y-valores/>

Telecomunicaciones, M. d. (2019). *Telecomunicaciones.gob.ec*. Recuperado el 6 de julio de 2020, de Telecomunicaciones.gob.ec: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/comercio-electronico-una-oportunidad-para-el-desarrollo-de-negocios-a-traves-de-la-web/>

Tobajas Garcia, C. (2014). *Instalaciones domóticas*. Barcelona, Spain: Cano Pina.

Trenza, A. (s.f.). *anatrenza*. Obtenido de <https://anatrenza.com/estrategia-financiera/>

Vallaey, F. (2010). *Diseño con responsabilidad social*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/329076033_Disenio_con_responsabilidad_social

Vogel, M. H. (19 de Julio de 2017). *tablerodecomand*. Obtenido de <https://www.tablerodecomando.com/estrategia/>

Yesenia López Pérez. (5 de Agosto de 2013). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/filosofia-organizacional-y-su-importancia/>