



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO

FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

TEMA:

Propuesta de Asistencia Inmediata de Mantenimientos de viviendas y oficinas con cobertura vía a Samborondón.

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PREVIO
A OPTAR EL TITULO DE INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES.**

Autor:

María Yamina Mejía Rodríguez

Tutor:

Raúl Carpio Freire

Samborondón, Septiembre del 2014

INDICE GENERAL

1) Resumen Ejecutivo.....	1
2) Justificación.....	2
3) Problema a resolver.....	2
4) Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos.....	4
6) Misión.....	4
7) Metas.....	4
8) Viabilidad legal.....	5
9) Análisis de mercados.....	6
9.1 Mercado Objetivo.....	6
9.2 Análisis PESTAL.....	6
9.3 Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas.)..	13
9.4 Análisis de las 4 Ps.....	14
9.5 Análisis de la demanda y oferta.....	15
9.6 Estrategia de diferenciación.....	27
9.7 Acciones de promoción.....	27
9.8 Canal de distribución.....	28
10) Análisis Operativo.....	29
10.1 Localización y descripción de las instalaciones.....	29
10.2 Método de producción.....	30
10.3 Capacidad instalada.....	35
10.4 Cadena de abastecimiento.....	35

10.5 Diagrama de flujo de procesos	36
10.5 Recursos Humanos.....	45
11) Análisis Financiero.....	54
11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años.....	54
11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años	55
11.3 Análisis del punto de equilibrio	55
11.4 Análisis de sensibilidad	56
11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.	57
12) Viabilidad del proyecto (Conclusiones).....	58
13) Bibliografía	59

INDICE DE GRÁFICO

Ilustración 1: Tasas de Desempleo	8
Ilustración 02: Tasas de Inflación.....	8
Ilustración 03: Estratificación social.....	9
Ilustración 04: Frecuencia de uso de Internet.....	11
Ilustración 05: Porcentaje de personas que tienen smartphone	11
Ilustración 06: Razones uso de Internet.....	12
Cuadro 01: Número de Vivienda y Locales vía a Samborondón	16
Ilustración 07: Canal de Distribución.....	28
Ilustración 08: Localización de oficina	29
Ilustración 09: Método de Producción.....	30
Ilustración 10: Cadena de Abastecimiento	35
Ilustración 10: Organigrama	45

1) Resumen Ejecutivo

En la actualidad se presentan escenarios muy favorables para la implementación de servicios innovadores y complementarios que estén orientados a facilitar el nivel de vida por cuanto liberan a los usuarios de una carga operativa y emocional permitiéndole disfrutar y compartir más tiempo para actividades relevantes.

Esa marcada tendencia es la que se aprovechó para desarrollar e implementar el servicio que se presentan conceptualmente el Servicio de Mantenimiento de vivienda y oficinas.

Es un servicio con atención 24 horas 7 días que se apoya en tecnología e infraestructura de punta y que está orientado a la satisfacción del cliente. Un servicio que se activa ante una alerta y que genera el despliegue del personal especializado, formado y capacitado con orientación al cliente y que responde a la cultura de la empresa.

El modelo de servicio permite atender satisfactoriamente el nicho del mercado que se procura alcanzar, que está representado por 600 suscriptores y que se encuentran ubicados geográficamente en la zona de mayor crecimiento inmobiliario y plusvalía en la Vía a Samborondón.

El modelo de organización de servicio planteado es flexible y se fundamenta en los principios de administración moderna que promueve las redes colaborativas, como un pilar importante para el otorgamiento de servicio, lo que hace posible manejar una inversión moderada y un flujo sostenido cubriendo cualquier riesgo financiero que se pueda presentar por factores externos.

2) Justificación

El proyecto de titulación se fundamenta en una aplicación metódica y sistemática de una forma de trabajo que identifica necesidades reales de un sector de la población; logra determinar las variables dependiente e independiente que participan en el tema objeto de análisis y con base a ello se construye un modelo de solución que está orientado a cubrir las expectativas que este segmento requiere cubrir en cuanto a su infraestructura en lo que se refiere a mantenimiento y mejora.

Se trabaja en la conceptualización, diseño e implementación de encuestas de campo, que mide una serie de factores que se presentan alrededor de las necesidades del usuario en el ámbito que es objeto de estudio; aquello permite medir de manera cuantitativa y tomar adicionalmente una valoración cualitativa. Es clave, para lograr lo señalado la fase de identificación y definición de las variables que se presentan, resulta de gran importancia la implementación de los resultados que brinda cada variable definida, ese análisis y lectura correcta es la base para desarrollar el modelo de servicio que determina el modelo de la empresa y define su sistema de gestión de calidad.

3) Problema a resolver

Existe un desarrollo sostenido del sector inmobiliario en la vía a Samborondón, paralelamente se desarrolla la clase media-alta y se acentúa un nuevo tipo de familia que demanda una serie de servicios que el mercado actualmente no logra satisfacer en toda su dimensión, dentro de ello se ha identificado una oportunidad

de desarrollar una empresa de servicio que vaya destinada a cubrir la demanda recurrente que tienen los usuarios sobre mantenimiento o mejora complementaria de su infraestructura de vivienda, locales comerciales y oficinas. (Ernesto Gamboa&Asociados, 2010)

Frente al escenario comentado desde la perspectiva socio económica del segmento identificado como demandante de este tipo de servicio (servicio generales para infraestructura de soluciones de vivienda / oficina locales comerciales); el efecto favorable que genera este tipo de solución permite al usuario obtener el beneficio de la economía a escala que se presenta al ser un servicio disponible para muchos, adicionalmente al recibir un trabajo garantizado a un precio justo y con un soporte de post venta que es un componente estratégico en el diseño del mismo. Adicionalmente dentro del ámbito social es enriquecedor para el grupo familiar el disponer de este tipo de soluciones que deliberan del estrés que significan el gestionar, supervisar cuando se contratan de manera personalizada. Y no deja de ser menos importante el espacio de tiempo que puede disponer para otras actividades rutinarias.

4) Objetivo General

Diseñar un plan de negocios de asistencia inmediata para mantenimientos de viviendas y oficinas con cobertura vía a Samborondón.

Objetivos Específicos

- Elaborar un Estudio de Mercado para determinar la demanda, oferta del sector habitacional en la vía a Samborondón.
- Determinar los procesos operativos para la asistencia inmediata de mantenimiento de vivienda y oficinas Vía a Samborondón.
- Analizar la viabilidad financiera para la Propuesta de Asistencia Inmediata de Mantenimientos de viviendas y oficinas con cobertura vía a Samborondón.

6) Misión

Crear una empresa especializada en la provisión de servicios generales para mantenimiento o mejorar de la infraestructura de su vivienda, locales comerciales u oficina. Cuya piedra angular sea la conjunción de personal calificado, metodología de trabajo y tecnología de punta con una orientación hacia la satisfacción integral del cliente, los accionista y sus colaboradores.

Visión

Ser reconocidos a largo plazo como una empresa líder en este segmento de servicio, diferenciada por su gama de cobertura de prestaciones por la eficiencia en sus soluciones y por el justo precio fijado para las facilidades que brinda.

7) Metas

- ✓ Alcanzar 600cantidades de suscriptores de servicios.
- ✓ Obtener financiamiento que permita la operatividad del proyecto.
- ✓ Contar con una red de colaboradores internos altamente calificado.

- ✓ Diseñar e incorporar la red colaborativa que soporte el giro del negocio y que asegure la prestación y disponibilidad del servicio.

8) Viabilidad legal

Para la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se debe realizar los siguientes pasos: Art 92 (Superintendencia de Compañía, 2014)

1. Ingresar al portal web www.supercias.gob.ec
 - Llenar formulario de solicitud de Compañía.
 - Adjuntar documentos habilitantes.
2. Pago correspondiente al Banco del pacifico.

El monto requerido para la cuenta de integración de Capital para este tipo de compañía es de \$400.

3. El notario se encargará de ingresar al sistema.
 - Fija fecha y hora la firma de escritura.
4. El sistema enviará al Registro Mercantil y validara la información.
5. El sistema arrojará un número de expediente y remitirá la información del trámite al SRI (Servicio de Rentas Internas).
 - Dará el número de RUC para la compañía de inmediato.
6. El sistema notificará que el trámite de constitución ha finalizado.

Otro documento que es importante para la implementación del modelo de servicio es la licencia única que la otorga el Municipio. (Telegrafo, 2014)

Adicionalmente otro aspecto fundamental en lo que respecta al trámite legal, el empleador está obligado a registrar al trabajador al IEES (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), a través del aviso de entrada, a partir del primer día de labor. (IEES, 2014)

9) Análisis de mercados

9.1 Mercado Objetivo.

Mi mercado objetivo son personas naturales o jurídicas que vivan en la Vía a Samborondón cuyos ingresos del grupo familiar o de la empresa sea mayor o igual a \$2000 y que tengan una calificación de crédito viable.

9.2 Análisis PESTAL

Político

El Gobierno actual del Ecuador ha creado mecanismo para que las PYMES (pequeñas y medianas empresas) incrementen la productividad. .El MIPRO (Ministerio de la Industria y Productividad) incentiva y apoya los emprendimientos de todos los sectores productivos, mediante capacitaciones y asistencia técnica. (Ministerio de Industria y Productividad, 2014)

Este Ministerio incentiva el desarrollo de nuevos mercados, la diferenciación competitiva. Los servicios generales es un segmento que no se ha explotado actualmente.

El MIPRO mediante el programa PRODUCEPYME financia hasta el 80% del valor del proyecto, estableciendo la cantidad máxima de ayuda de \$50.000 para sectores productivos independientes y para sociedades es \$100.000.

Económico

Las condiciones a nivel país se presentan favorable para el desarrollo implementación del modelo de servicio que vayan a cubrir necesidades directa de la población bajo un concepto nuevo donde se estimulan la participación de mano de obra calificada como un gestor de servicio, aquello permite que el artesano tradicional desarrolle el sentido empresarial y se involucre en el desarrollo de la mediana empresa, haciendo foco en mejorar su nivel de vida a través de la entrega de un servicio diferenciado.

Otro aspecto a considerar es la evolución que es sostenida en el rápido acceso a la información ha tenido la cultura de servicio en nuestro medio, la tendencia es que cada día el usuario busca un mejor servicio que se enmarque dentro de sus expectativas y que le permita liberarse de ciertos criterios que le obligaban a mantener un vínculo informal con los proveedores de estos servicios. Hoy el usuario va más allá busca y exige una garantía, un respaldo sobre su inversión.

La lectura de los indicadores que se detallan respaldan lo enunciado.

DESEMPLEO

La tasa de desempleo hasta Junio del 2014 fue de 5,60%, comparando con el año 2009 existe un cambio favorable para el país.(Banco Central, 2014)



Ilustración 1: Tasas de Desempleo

Fuente: Banco Central, 2014

Inflación

La tasa de inflación del año 2014 es de 3,67. (Banco Central, 2014)



Ilustración 02: Tasas de Inflación

Fuente: Banco Central, 2014

El aumento del sector inmobiliario ha permitido que el Ecuador incremente el porcentaje del PIB, lo cual es favorable porque permite dinamizar la economía del país. (Naveda, 2013)

Social

La situación actual refleja una agrupación de segmento de población apropiada para presentar servicios diferenciados que promueven el confort. Existen un mercado nicho que incorpora a su vida diaria una serie de facilidades para alcanzar un nivel de vida satisfactoria esas facilidades como: la adquisición de una vivienda o un bien inmueble genera a la vez una demanda por parte de este grupo de servicios no convencionales que son necesarios para mantener el estatus adquirido. (INEC, 2010)

Lo señalado se ve reflejado en el crecimiento y en la adaptación de ciertas formas de adquirir servicios por parte de este grupo importante de la población.

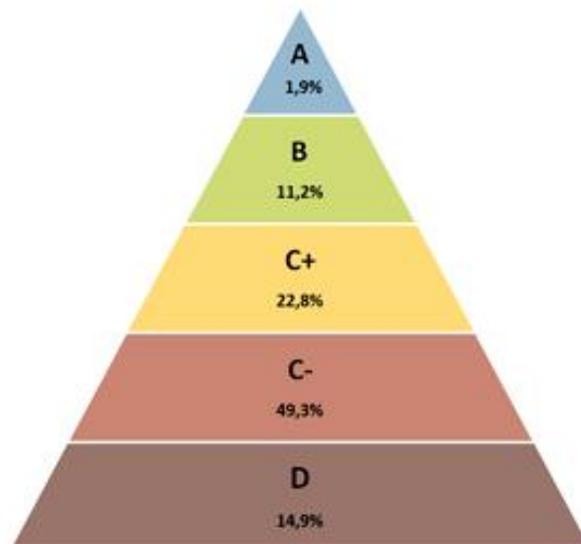


Ilustración 03: Estratificación social

Fuente: INEC, 2010

Tecnológico

La accesibilidad de los servicios hoy se vuelve una ventaja al momento de poder incorporar soluciones a problemas de mantenimiento o mejora en lo que refiere a bienes inmuebles.

Las redes sociales existentes se constituyen en un elemento fundamental para atraer y replicar servicios en un segmento de población donde existe una gran penetración del uso de este medio.

La tecnología es un facilitador gravitante que marca la diferenciación del servicio, por ello su incorporación para la disponibilidad del mismo es de gran importancia, la versatilidad, velocidad y tiempo de respuesta hacia el cliente, gracias al uso de tecnología marca la diferencia.

Los registros sobre el uso de la tecnología nos permiten confirmar lo señalado y se presentan a continuación:

Frecuencia Uso del Internet

En la zona Urbana del país la frecuencia del uso del internet es de 63,8% por lo menos una vez al día, seguidos de un 32,0 % que lo utilizan una vez a la semana.(Ecuador en Cifras, 2010)

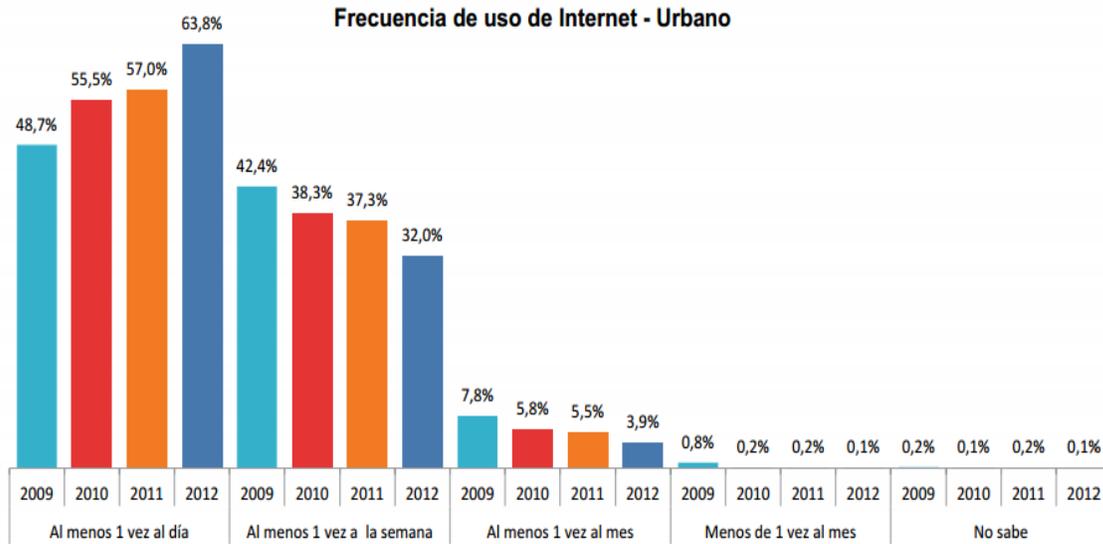


Ilustración 04: Frecuencia de uso de Internet

Fuente: INEC, 2010

En el 2012 el 51,8% de los hombres utilizan su SMARTPHONE (celular inteligente) para redes sociales.(Ecuador en Cifras, 2010)

Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (SMARTPHONE) redes sociales - por sexo

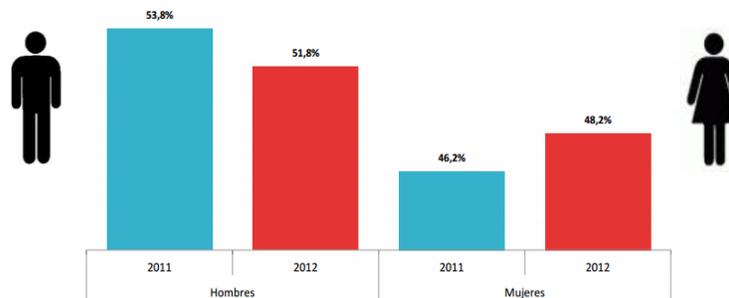


Ilustración 05: Porcentaje de personas que tienen smartphone

Fuente: INEC, 2010

Uso del internet

En la zona Urbana del Ecuador en el año 2012, el 38,7% de las personas usó el internet para obtener información, seguido de 30,2% lo utilizó para comunicación en general.(Ecuador en Cifras, 2010)

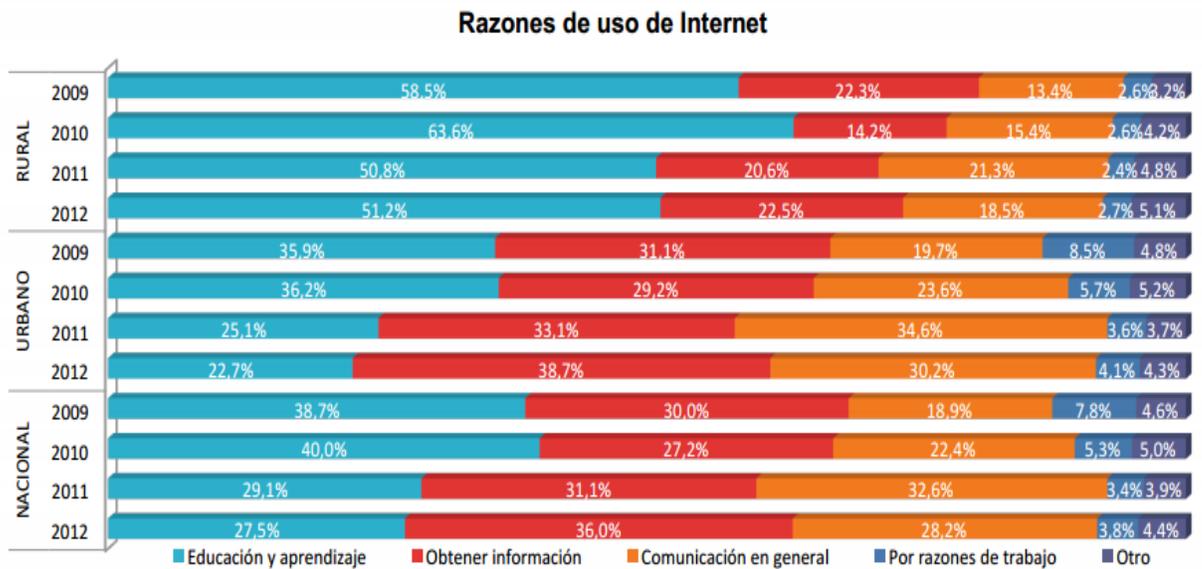


Ilustración 06: Razones uso de Internet

Fuente: INEC, 2010

Ambiental

Parte de la filosofía de la empresa es provisionar ambiente que faciliten el vivir de sus clientes, por ello sus actividades de servicios, están alineadas a la norma de protección del medio ambiente, esto se ve reflejado en las buenas prácticas

definida para la instrumentación del servicio, así como los insumos, herramientas y maquinarias que se aplique.

Los equipos o insumos son adquiridos a proveedores que están cumpliendo continuamente con las normas nacionales e internacionales de protección y preservación del medio ambiente.

Dentro de la labor social proyectada gracias al servicio que se oferta permite tener contacto continuo con los clientes, transmitiéndoles mensajes de campañas que apoyan iniciativa privada y publicas orientada a favorecer el cuidado del medio ambiente.

9.3 Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas.)

Fortalezas

- Precio Justo.
- Servicio Integrado.
- Servicio Post Venta.
- Personal Capacitado
- Atención 24 horas.
- Sistema de gestión de Calidad.
- Red Colaborativa

Oportunidades

- Poca satisfacción de los usuarios.
- Oportunidad de crecimiento del servicio.
- Crecimiento del sector inmobiliario.

- No se ha desarrollado el modelo de servicio de esta línea de negocio.
- Creación de escuelas formativas de oficios.

Debilidades

- No es reconocida por el mercado.
- Financiamiento.
- No conformación de un grupo de accionista que crea en el proyecto.
- No conformación de alianzas estratégicas.
- No contar con instrumentos legales que soporten la afiliación del servicio. .

Amenazas

- No existe la cultura de prevención.
- No facturación del servicio.
- Predisposición de la mano de obra.
- No aceptación de la mano de obra y/o aplicación de norma de seguridad de trabajo.
- Poca disponibilidad de mano de obra calificada.

9.4 Análisis de las 4 Ps

Plaza

La entrega del servicio será directa al usuario.

Precio

El precio del servicio será de \$38 (mensual)

Producto

Es un servicio integrado y diferenciado con cobertura geográfica definida y una disponibilidad durante 24 horas y 365 días del año, responde a un concepto de acción preventiva correctiva divergente sobre lo que infraestructura de vivienda, locales comerciales u oficina.

Promoción

- ✓ Nuestro servicio se dará a conocer mediante la publicidad en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.
- ✓ Se va a promocionar en los medios impresos del sector (revistas, periódicos, etc.).
- ✓ A través de publicidad en espacios televisivos al cual tenga acceso el target.
- ✓ Material pop (volantes, trípticos)
- ✓ Vallas publicitarias

9.5 Análisis de la demanda y oferta

Demanda

La siguiente información presenta el número de viviendas y oficinas en el sector Vía a Samborondón. (INEC, 2010)

	Número de vivienda	Locales
Samborondón	20,940	1,495
Daule	39,180	2,228
Total	60,120	3,723

Cuadro 01: Número de Vivienda y Locales vía a Samborondón

Elaborado por: Autor

A continuación se presenta los resultados de la encuesta que se realizó a propietarios de bienes inmuebles del sector estudiado

ENCUESTA

1. ¿Usted demanda servicios de mantenimiento?

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	245	89%
NO	30	11%
TOTAL	275	100%

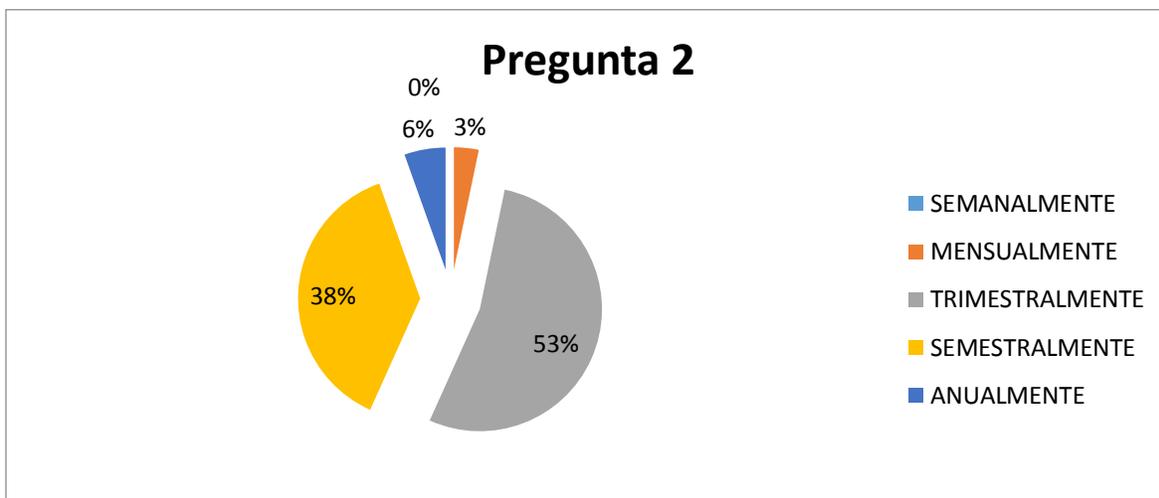


ANÁLISIS

En el gráfico estadístico se puede observar que la mayor parte de los encuestados representados por el 89% han respondido que SI demandan servicios generales frente a un 11% que ha respondió No

2. ¿Con qué frecuencia lo demanda?

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SEMANALMENTE	0	0%
MENSUALMENTE	9	3%
TRIMESTRALMENTE	147	53%
SEMESTRALMENTE	104	38%
ANUALMENTE	15	5%
TOTAL	275	100%



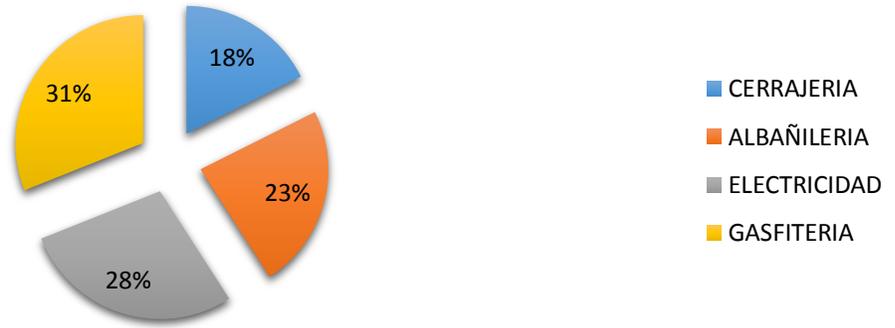
ANÁLISIS

Al observar el gráfico estadístico se nota que de los encuestados, el 53% demanda el servicio trimestralmente, un 38% semestralmente, 5% anualmente y un 3% mensualmente.

3. ¿Usted requiere servicios en?

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
CERRAJERIA	59	18%
ALBAÑILERIA	78	23%
ELECTRICIDAD	94	28%
GASFITERIA	104	31%
TOTAL	335	100%

Pregunta 3

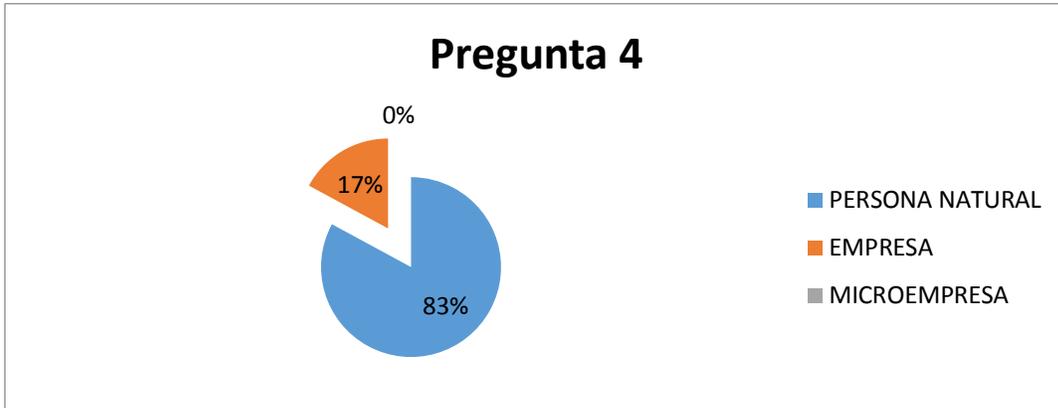


ANÁLISIS

Nótese que en el cuadro de los encuestados un 31% demanda el servicio de gasfitería, un 28% servicio de electricidad, un 23% albañilería y un 23% cerrajería.

4. Los servicios que usted contrata son de:

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
PERSONA NATURAL	228	83%
EMPRESA	47	17%
MICROEMPRESA	0	0%
TOTAL	275	100%

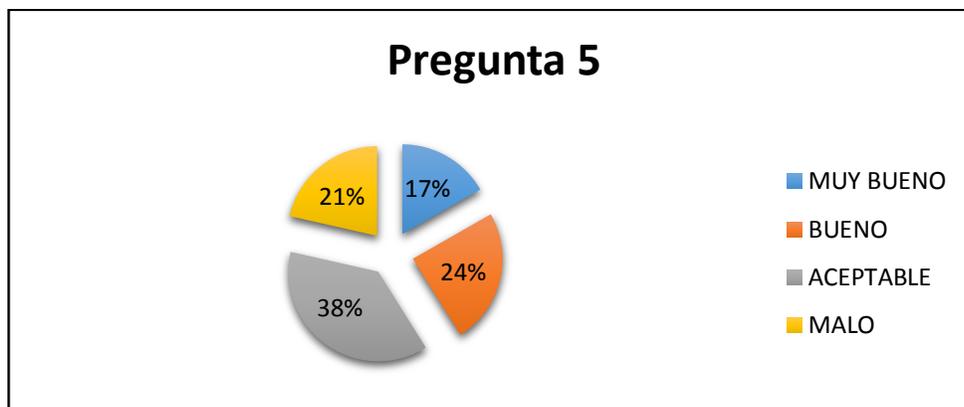


ANÁLISIS

En el gráfico estadístico se puede observar según las respuestas de los encuestados, que un 8% contrata a personas naturales, frente a un 17% que contratan a empresas para este servicio.

5. El nivel de servicio que le ofertan considerando precio, tiempo y calidad del entregable (entiéndase por calidad la entrega de un producto o servicio que cubra sus expectativas), Ud. lo califica como:

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
MUY BUENO	46	17%
BUENO	67	24%
ACEPTABLE	103	37%
MALO	59	21%
TOTAL	275	100%

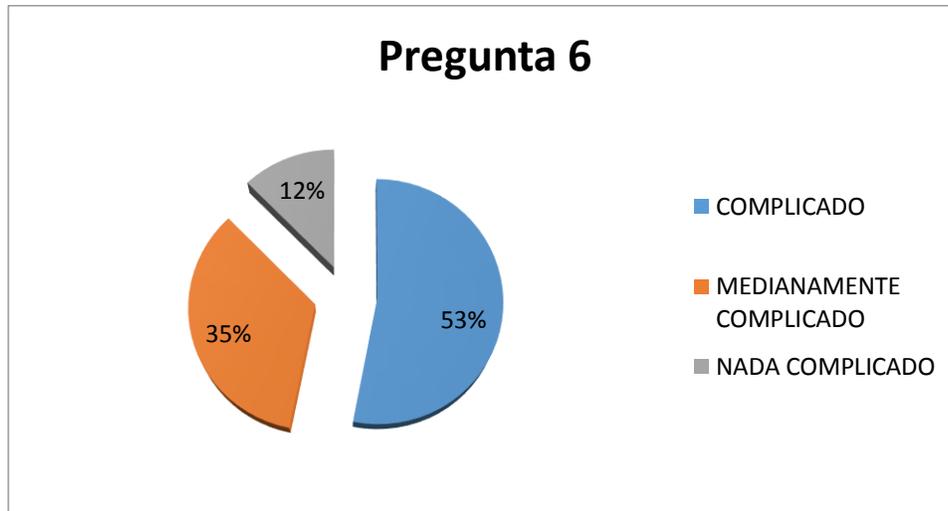


ANÁLISIS

Nótese que el cuadro de los encuetados un 37% considera el servicio aceptable, frente a un 21% consideran que es malo.

6. La contratación de este tipo de servicio le resulta ser:

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
COMPLICADO	146	53%
MEDIANAMENTE COMPLICADO	95	35%
NADA COMPLICADO	34	12%
TOTAL	275	100%

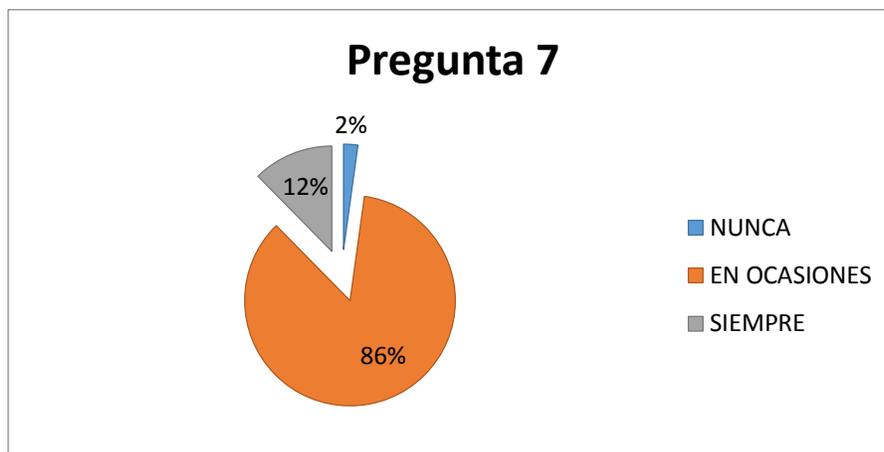


ANÁLISIS

El gráfico estadístico nos muestra las respuestas de los encuestados, un 53% nos indica que la contratación del servicio es complicado, seguido por 35% medianamente complicado y 12% nada complicado.

7. La contratación de este tipo de servicio le ha generado algún tipo de conflicto por incumplimiento

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
NUNCA	6	2%
EN OCASIONES	235	86%
SIEMPRE	34	12%
TOTAL	275	100%

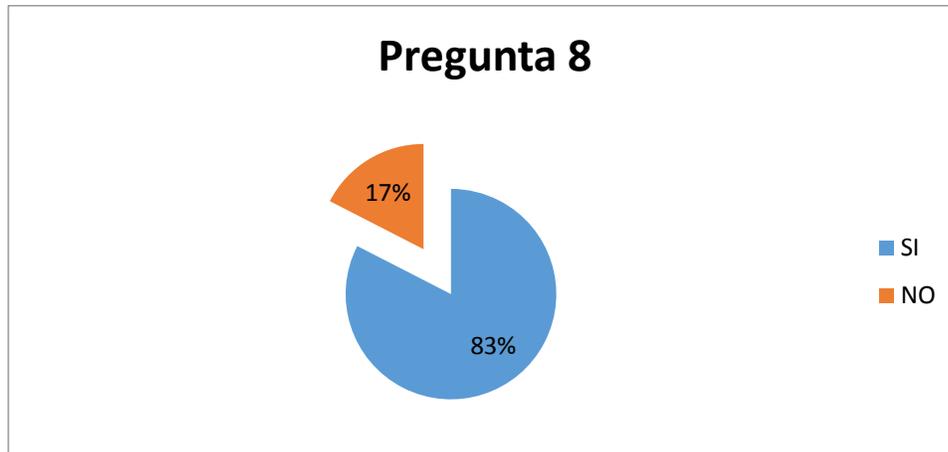


ANÁLISIS

En el gráfico estadístico se observa las respuestas de los encuestados, un 86% indicó que este servicio ha generado en ocasiones conflicto por incumplimiento, mientras que un 12% siempre le ha generado conflicto.

8. Ud. considera que la informalidad en la contratación de estos servicios afecta al resultado del mismo.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	227	83%
NO	48	17%
TOTAL	275	100%

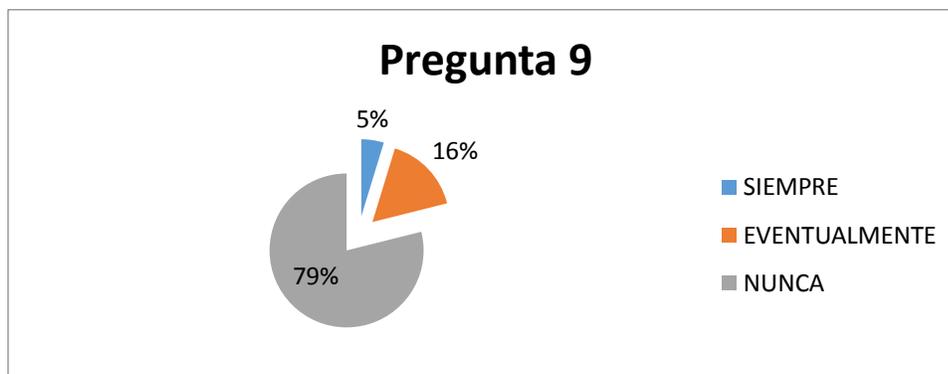


ANÁLISIS

Nótese en el cuadro estadístico, el 83% de los encuestados indicaron que la informalidad en la contratación de los servicios si afecta al resultado del mismo, contra un 17% indico que no.

9. ¿Recibe usted una asistencia posterior a la culminación del trabajo contratado?

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SIEMPRE	13	5%
EVENTUALMENTE	45	16%
NUNCA	217	79%
TOTAL	275	100%



ANÁLISIS

Un 79% de la población encuestada nos indicó que nunca recibe el servicio de post venta, contra a un 16% eventualmente y un 5% siempre.

10. Ud. considera que el precio que le imponen por este tipo de servicio es justo y está regulado; (regulado entiéndase como tal la generación de una factura por los servicios que se ofrecen)

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	262	95%
NO	13	5%
TOTAL	275	100%



ANÁLISIS

Nótese en el gráfico estadístico de los encuestados un 95% considera que el precio de este servicio no es justo ni está regulado, y un 5% indicó que sí.

Oferta

La empresa de Servicios de Mantenimientos Integrales tiene identificado como usuarios directos beneficiarios de sus servicios al segmento de población vigente y proyectada en las zonas urbanas residenciales que corresponde al sector de la Puntilla de Guayaquil, Samborondón, Daule, Salitre y la proyección de crecimiento del sector Daular.

El abanico del servicio que se oferta bajo la primicia de disponibilidad 24 horas 7 días y con respuesta inmediata marca y proyecta la diferenciación del servicio y es la piedra angular de su gestión.

A la fecha los competidores en esta línea de servicio son aislados y no existen alguno que oferte un modelo de atención tal y cual al que está concebido, y el otro

segmento de competidores está definido por la gama de artesanos y obreros especializados en las diferentes áreas de servicio que no cuentan con la infraestructura así como la garantía y un servicio integrado a ofertar.

Otro elemento diferenciador de la oferta está dado por la post venta condición que ninguno de los dos segmentos de competidores identificados proveen.

Es importante recalcar que durante el trabajo de campo para soportar el proyecto se logró identificar a través de la encuesta que el cliente potencial de este tipo de servicio hoy no tiene y hoy necesita un modelo de servicio con el que se encuentra conceptualizado.

9.6 Estrategia de diferenciación

- Captar clientes de este segmento, brindándoles una promoción para obtener fidelidad.
- Captar las administraciones de las urbanizaciones cerradas mediante alianza estratégicas con los constructores e inmobiliarias.
- El servicio de post venta.
- La garantía del servicio.
- El precio justo.

9.7 Acciones de promoción

Membrecía gratis y suscripción a partir del 1er mes.

Paga membrecía y suscripción a partir del tercer mes.

Consigue 3 contactos no paga suscripción 2 meses.

Video institución.

9.8 Canal de distribución

El canal de distribución que aplica para la concesión de este tipo de servicio corresponde al conocido primer nivel, que establece una relación directa entre el generador de servicio y el usuario demandante del mismo.

Las características básicas de este canal es que establece un vínculo directo que genera una respuesta rápida e inmediata que marca la pauta de la diferenciación del servicio ante los competidores.

Para soportar la vigencia del canal se encuentra con una infraestructura que hace factible el tipo de canal de distribución definido para este tipo de servicio corra adecuadamente.

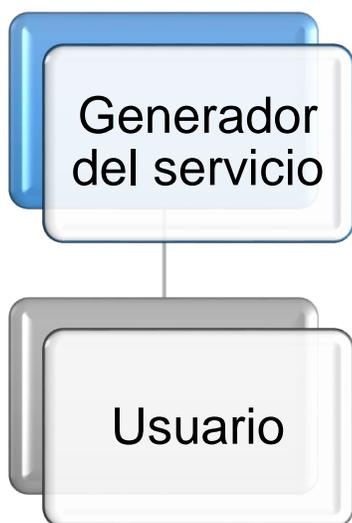


Ilustración 07: Canal de Distribución

Elaborado por: Autor

10) Análisis Operativo.

10.1 Localización y descripción de las instalaciones.

La oficina estará ubicada en la Parroquia La Aurora del Cantón Daule, Provincia del Guayas; área comercial de la Urbanización Plaza Madeira local #4.

Área de oficina 126 m² con parqueo para cinco unidades; a 25 minutos del terminal aéreo, 20 minutos del terminal terrestre, a 3 minutos del Centro Auxilio Cuerpo Bomberos y está ubicado en el epicentro del sector urbano residencial que representa el usuario primario de sus servicios, cuenta con seguridad física y electrónica 24 horas.

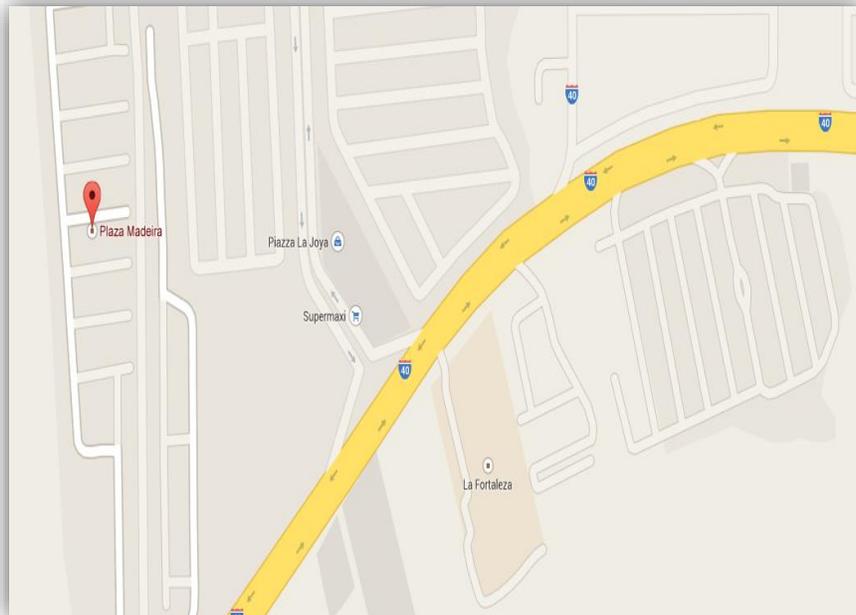


Ilustración 08: Localización de oficina

10.2 Método de producción

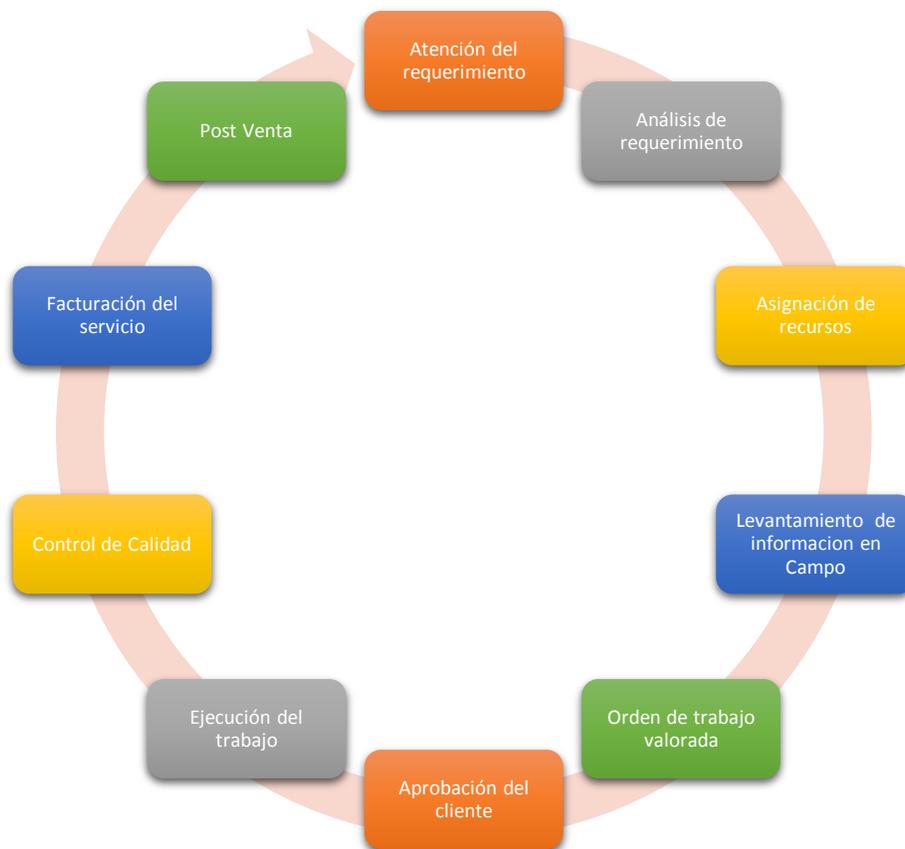


Ilustración 09: Método de Producción

Elaborado por: Autor

➤ Cartera de cliente

El éxito del servicio se fundamenta en el eje clientes, para ello se desarrolla un proceso tendiente a crear una base de clientes que se mantenga leales y que la fidelidad de los mismos se desarrolla en función del uso y de la buena experiencia que obtengan al acceder a los servicios.

La cartera será administrada por la gestión comercial la misma que será homogénea y ajustada al perfil del cliente al cual esta conceptualizado el servicio.

Resulta estratégico en la estratificación de la cartera el contar con un levantamiento de la situación del bien inmueble al cual debe brindarse el servicio así como mantener actualizada la información que se genere en el tiempo sobre el mismo, esto con la finalidad de asegurar el nivel de servicio que se oferte.

Captación cliente

Refiere a la actividad Operativa/Comercial que deber ser ejecutada por el personal responsable de comercializar el servicio y responderá a los lineamientos establecidos en el plan de marketing, comercial, así como la estrategia operativa. Se inicia con la asignación de cuotas y culmina con la creación del demandante como cliente.

Análisis de cliente

Comprende la fase clave dentro del ciclo del servicio puesto esta direccionada a realizar el análisis del cliente: sujeto de crédito, como sujeto de servicio y de las condiciones que presenta el bien inmueble que recibirá los beneficios del servicio ofertado.

Ingreso o admisión de cliente

Este proceso se refiere a la actividad de oficializar al cliente como un beneficiario del servicio, para ello se le asigna un código único de identificación. Se levanta la información del bien inmueble y se valida el conjunto de datos generales del cliente.

➤ **Operación del servicio**

Este proceso agrupa el conjunto de subproceso que permite llegar con el servicio al cliente de acuerdo a la categoría con la cual está creada.

Se refiere a las diferentes etapas que deben correrse desde la demanda del servicio y concluye con la actividad de post venta.

➤ **Creación de la ficha del cliente**

Este es un proceso básico en cuanto es el que permite identificar las necesidades futuras del cliente, así como determinar el tipo de insumo que se podría requerir al igual que el soporte técnico (mano de obra calificad) que debe estar disponible, a fin de cubrir las expectativas que el cliente tiene sobre el servicio.

A fin de mantener actualizada la ficha el cliente está en la obligación de reportar a la empresa cualquier variante que sobre el bien inmueble de cobertura se presente; con el fin de lograr mantener el nivel de servicio que se proyecta.

➤ **Atención de cliente**

Corresponde al conjunto de actividades que deben ser desarrolladas de manera coordinada para asegurar que se cumpla un nivel de servicio óptimo que permita generar la fidelidad del cliente.

A través del uso de la tecnología que facilita un modelo de gestión orientada a la búsqueda de resultado, la atención al cliente se desarrollara a través de tres medios:

1. Vía telefónica

2. Vía correo
3. Personalizada

➤ **Asignación de recursos**

A través de este mecanismo se prevé cubrir las emergencias generadas por el cliente, de acuerdo a su categoría del bien inmueble aceptado.

En función de la evaluación del cliente dentro de su categoría del bien inmueble y partiendo del tipo de requerimiento generado se realiza la asignación del equipo técnico que debe atender el evento suscitado, asegurando que el tiempo de respuesta este acorde al nivel del servicio ofertado.

Bajo este concepto se asignaran recursos humanos, equipos de herramientas e insumos en base a la ficha del cliente.

Asignación y Despacho de técnicos

Luego que se conozca el daño en el bien inmueble se procede a asignar el técnico indicado y se lo envía a la vivienda u oficina.

➤ **Levantamiento de campo**

Comprende las actividades que se despliegan en el sitio al primer contacto del equipo técnico con la eventualidad presentada por el cliente, resulta ser esta actividad fundamental del trabajo a ejecutar y por lo tanto el elemento base para la elaboración del presupuesto.

Identificación de daños o mejora a realizar

Bajo este mecanismo se determina el tipo de soporte técnico específico que debe aplicarse, permite determinar el tipo de insumo que corresponde utilizar para la corrección del daño y con un impacto directo sobre el presupuesto planteado.

Valoración

Es una actividad en la oficina central que se fundamenta en la secuencia de actividades definida para el servicio. Permite valorizar el presupuesto y por ende aplicar los descuentos y privilegios que la categoría del cliente determine.

Aprobación

En esta fase en cliente recibe la valoración así como la descripción del trabajo a ejecutarse; se debe claro específicamente establecido el compromiso y las facilidades que debe otorgarse al equipo de trabajo para poder cumplir con la reparación requerida.

Ejecución

Es el despliegue de tareas en sitio que deben darse cumpliendo los estándares así como las normas de seguridad, higiene y el cuidado del medio ambiente, dentro del tiempo establecido en el presupuesto.

Liquidación del servicio

Corresponde a la actividad que realiza la oficina central para establecer el costo final del servicio que incorpora lo que se invirtió por parte de la empresa para cubrir la necesidad del cliente y también se considera los beneficios ganados por el cliente que son aplicables al servicio dado.

Post Venta

La validación del nivel de satisfacción del cliente posterior al uso del servicio es el móvil que impulsa la ejecución de este proceso, el mismo que se instrumenta utilizando los canales de comunicación abierto hacia el cliente call center correo o personal); la tabulación de resultado de la encuesta así como la retroalimentación que genera la interpretación de los resultados son claves para mejorar continuamente el servicio.

El nivel mínimo aceptable del indicador del nivel de servicio es 8/ 10.

10.3 Capacidad instalada

Nuestra capacidad instalada permite atender hasta 9 alertas por día de las cuales 3 son altas. La criticidad de la alerta está medida en función de ciertos parámetros técnicos, existiendo 3 categorías baja, media y alta.

10.4 Cadena de abastecimiento

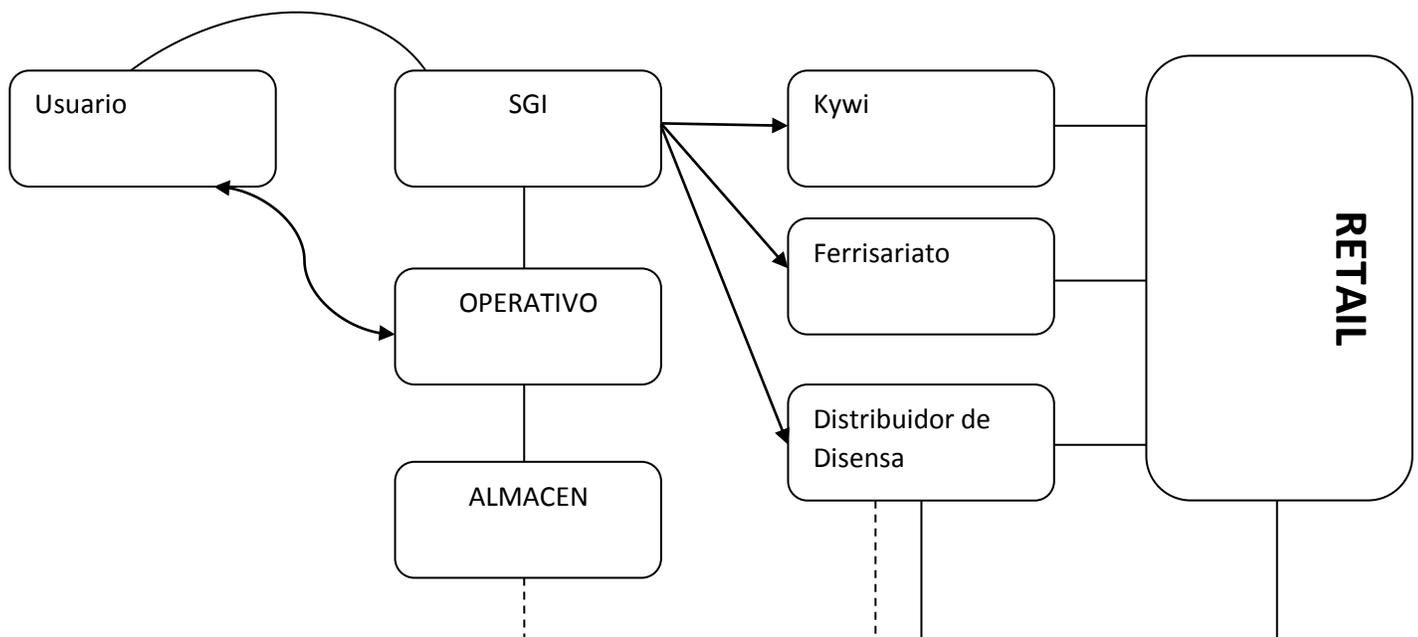
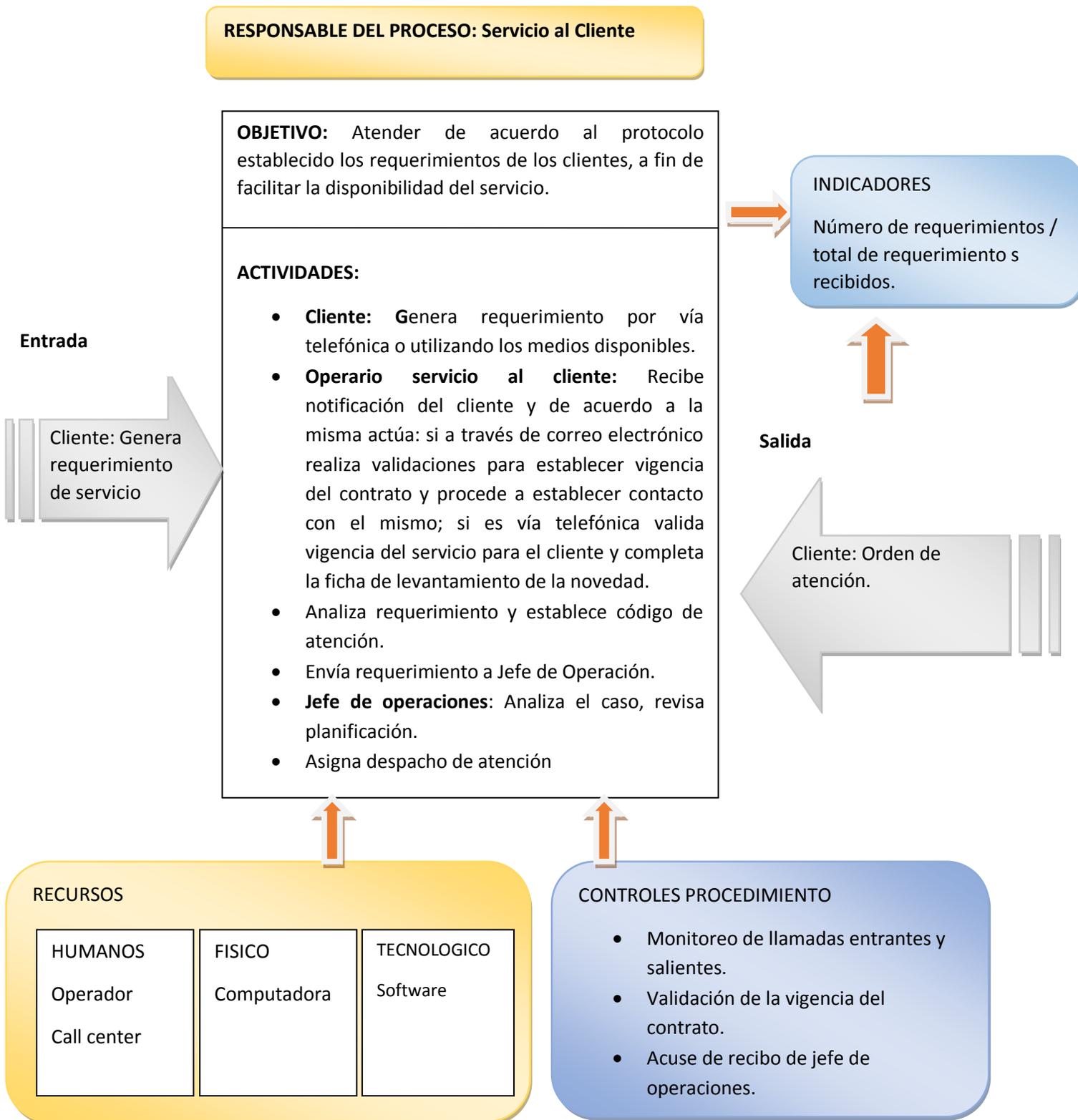


Ilustración 10: Cadena de Abastecimiento

Elaborado por: Autor

10.5 Diagrama de flujo de procesos

➤ Atención de requerimiento



➤ **Análisis de requerimiento**

RESPONSABLE DEL PROCESO: Jefe de Operaciones

OBJETIVO: Establecer las necesidades real del usuario del servicio a fin de proveer las soluciones a sus necesidades.

ACTIVIDADES:

- **Jefe de operaciones:** Recibe orden de atención, establece categoría de atención, analiza datos básicos del cliente solicita ficha del bien inmueble afectado.
- **Asistente de operaciones:** Obtiene archivo con información general y específica del cliente, revisa condición del cliente en cuanto relación de crédito, envía información al Jefe de Operaciones.
- **Jefe de Operaciones:** Recibe información, y analiza.
- Determina tipo de servicio demandado.
- Asigna equipo de trabajo requerido para prestar atención.

INDICADORES: Número de atenciones procesados dentro del estándar / total de atención recibidos

Entrada

Cliente: orden de atención.

Salida

Cliente: Asignación de recursos.

RECURSOS

HUMANOS
Operador
Call center

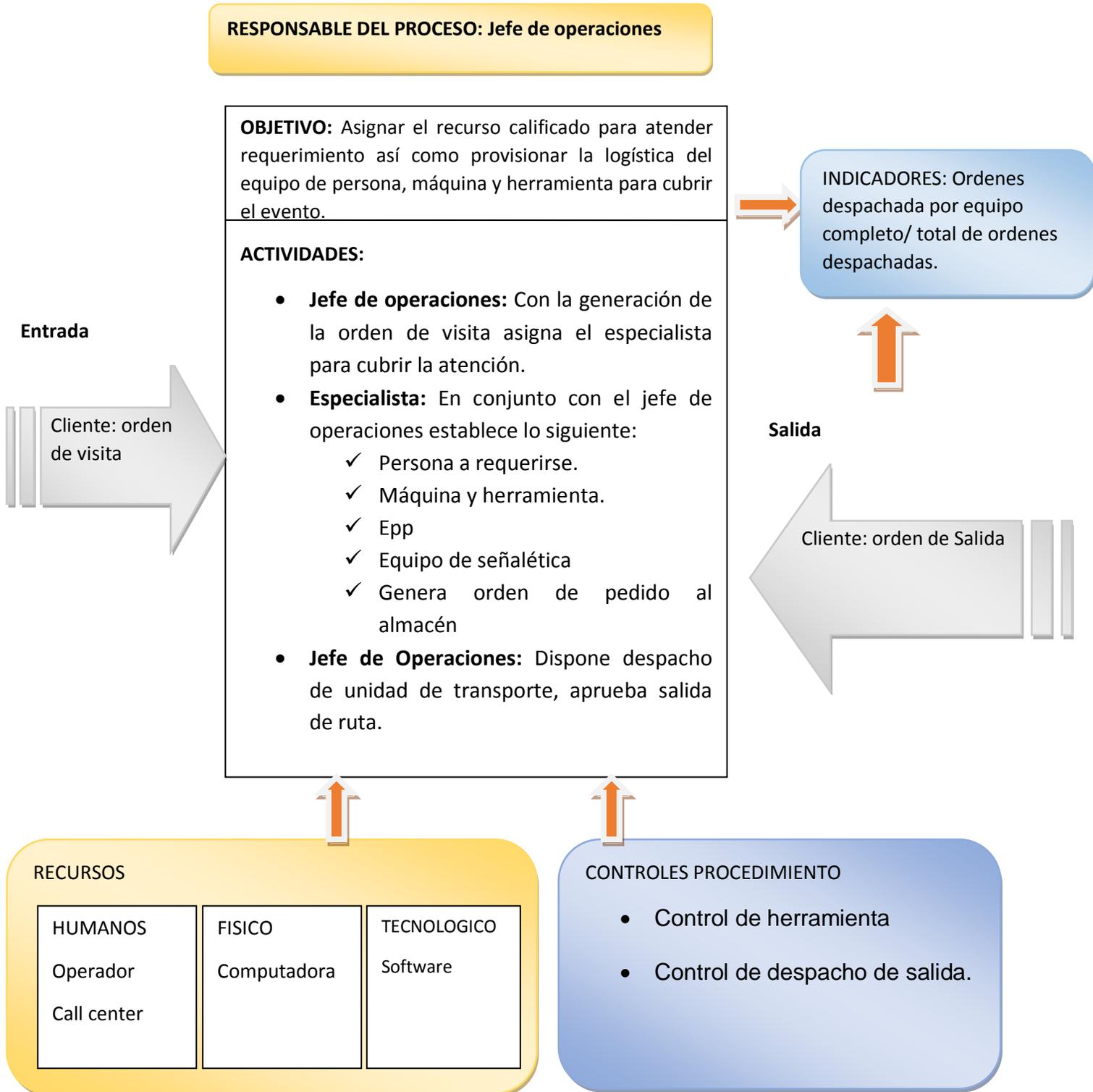
FISICO
Computadora

TECNOLOGICO
Software

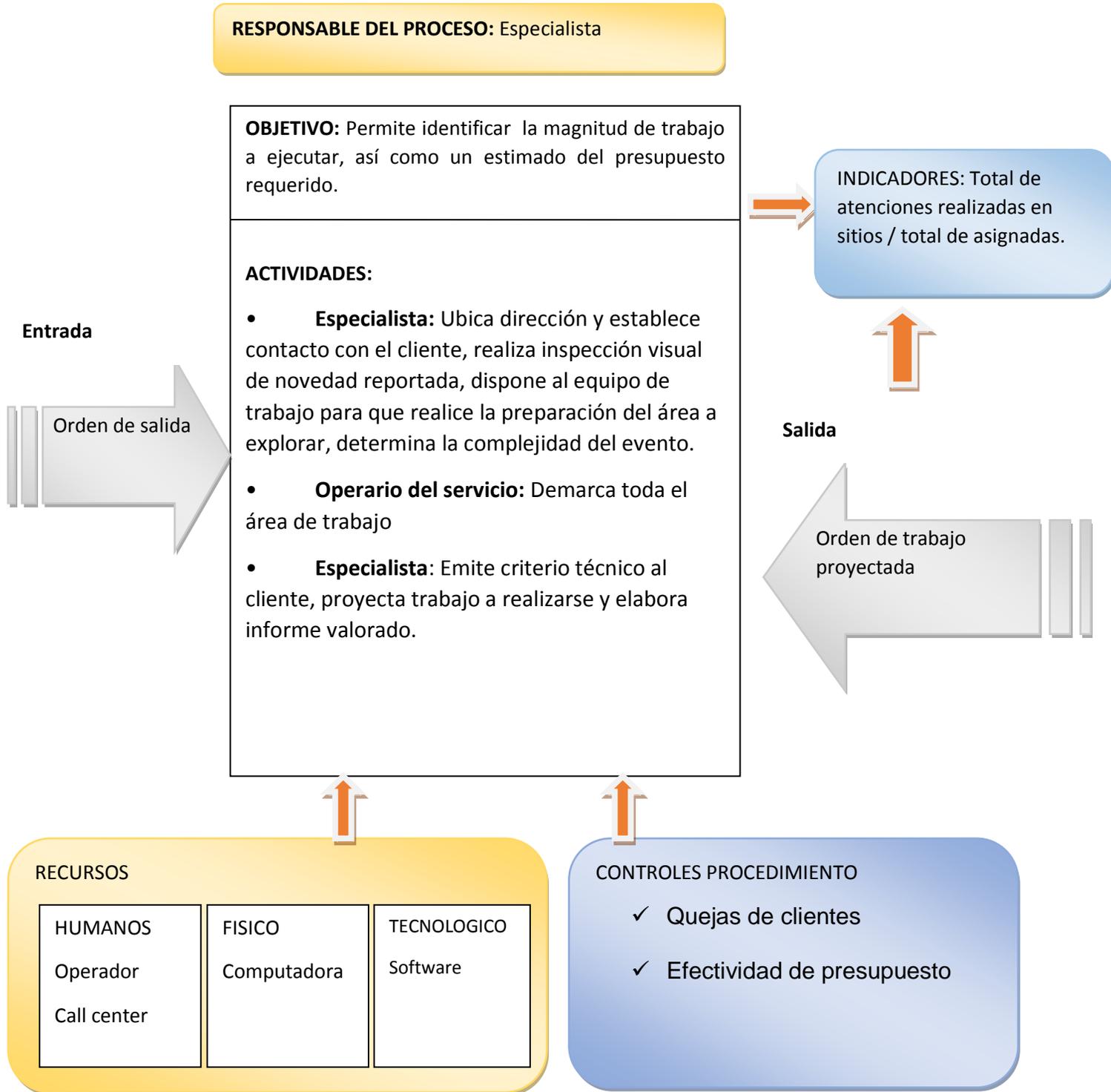
CONTROLES PROCEDIMIENTO

- Orden de visita.
- Control de herramienta y equipo

➤ **Asignación de Recurso**



➤ **Levantamiento de información en el campo.**



➤ Orden de Trabajo valorada

RESPONSABLE DEL PROCESO: Servicio al cliente

OBJETIVO: Establecer el presupuesto de la actividad que debe de cumplirse para cumplir el servicio demandado por el cliente.

ACTIVIDADES:

Especialista: Identifica tareas a ejecutarse, define plan de trabajo a seguir, identifica maquinarias y herramientas requeridas, determina cantidad de materiales a autorizarse, establece horas hombres y tipo de recurso requerido. Determina imprevisto, envía información a matriz

Servicio al cliente: Recibe información, identifica crédito a favor de cliente, ajusta presupuesto, valora y determina presupuesto inicial, envía a especialista/ cliente para aprobación.

INDICADORES: Número de trabajo presupuestado que coinciden con facturación final / total de presupuestos facturados reales

Entrada

Reporte de Campo

Salida

Presupuesto valorado

RECURSOS

HUMANOS	FISICO	TECNOLOGICO
Operador	Computadora	Software
Call center		

CONTROLES PROCEDIMIENTO

- Crédito vigente
- Uso de recursos
- Validez del presupuesto

➤ **Aprobación del cliente**

RESPONSABLE DEL PROCESO: Servicio al cliente

OBJETIVO: Establecer la fecha de otorgamiento del servicio y la forma en la cual se cancelara el mismo.

ACTIVIDADES:

- **Cliente:** Recibe el presupuesto, establece conformidad, define forma de pago, registra firma de aceptación, envía aprobación hacia servicio al cliente.
- **Servicio de cliente:** Recapta información e ingresa al sistema y envía a operaciones.

INDICADORES: Número de ordenes aprobados por clientes / número de ordenes generadas para aprobación de cliente.

Entrada

Presupuesto valorado

Salida

Orden de instrumentación a operaciones

RECURSOS

HUMANOS
Operador
Call center

FISICO
Computadora

TECNOLOGICO
Software

CONTROLES PROCEDIMIENTO

- Verificación y autenticidad de firma.
- Validación de créditos.
- Elaboración de presupuesto.

➤ **Ejecución del trabajo**

RESPONSABLE DEL PROCESO: Especialista

OBJETIVO: Desarrollar y culminar todas las tareas para cerrar oportunamente las órdenes de trabajo atendidas.

ACTIVIDADES:

- Operaciones: Recibe orden de trabajo, asigna los recursos, dispone preparación del móvil con equipos y herramientas, desplazamiento al punto de atención., instalación, delimitación del área de trabajo, ejecución de tareas, supervisión de tareas que se aplican, verificación de conformidad, presentación del trabajo al usuario, levantar registro de recepción del servicio.

INDICADORES: Número de trabajos cumplidos de acuerdo con el presupuesto/ total de trabajo atendidos.

Entrada

Orden de instrumentación a operaciones

Salida

Acuse de recibo del servicio entregado.

RECURSOS

HUMANOS
Operador
Call center

FISICO
Computadora

TECNOLOGICO
Software

CONTROLES PROCEDIMIENTO

- Firma de conformidad.
- Uso de los insumos.
- Tiempo de ejecución.

➤ **Control de Calidad**

RESPONSABLE DEL PROCESO: Operaciones

OBJETIVO: Asegurar que los insumos que se apliquen así como las tareas ejecutadas para cubrir el requerimiento de clientes, cumplan con los estándares del nivel de servicio ofertado.

ACTIVIDADES:

- Verifica insumos a aplicarse correspondan al tipo de trabajo y cliente atender.
- Inspecciona que se cumplan con la condiciones de seguridad en el área de influencia y para el personal.
- Verifica conformidad de trabajos realizados.
- Realiza pruebas de funcionalidad y/u operatividad.
- Da acta de funcionamiento.
- Actualiza registro de atención.

INDICADORES: Total de inspección exitosas/ total de inspecciones.

Entrada

Orden de trabajo

Salida

Informe de auditoría de calidad

RECURSOS

HUMANOS Operador Call center	FISICO Computadora	TECNOLOGICO Software
---	------------------------------	--------------------------------

CONTROLES PROCEDIMIENTO

- Usos de materiales.
- Uso de horas hombres.
- Cumplimiento de estándares de seguridad.

➤ **Servicio Post Venta**

RESPONSABLE DEL PROCESO: Servicio al cliente

OBJETIVO: Validar el nivel del servicio y el grado de conformidad del usuario.

ACTIVIDADES:

- **Servicio al cliente:** Recibe informe de inspección de calidad, verifica datos generales del cliente, contacta al cliente.
- Realiza encuesta.
- Registra resultado de la encuesta.
- Cierre de llamada a cliente.
- Presenta informe semanal del nivel de servicio.

INDICADORES: Número de encuestas que cumplen el nivel de servicio/ total de encuestas realizadas.

Entrada

Informe de inspección de calidad.

Salida

Informe de post venta

RECURSOS

HUMANOS

Operador
Call center

FISICO

Computadora

TECNOLOGICO

Software

CONTROLES PROCEDIMIENTO

- Ejecución de llamadas
- Elaboración de informe semanal

10.5 Recursos Humanos

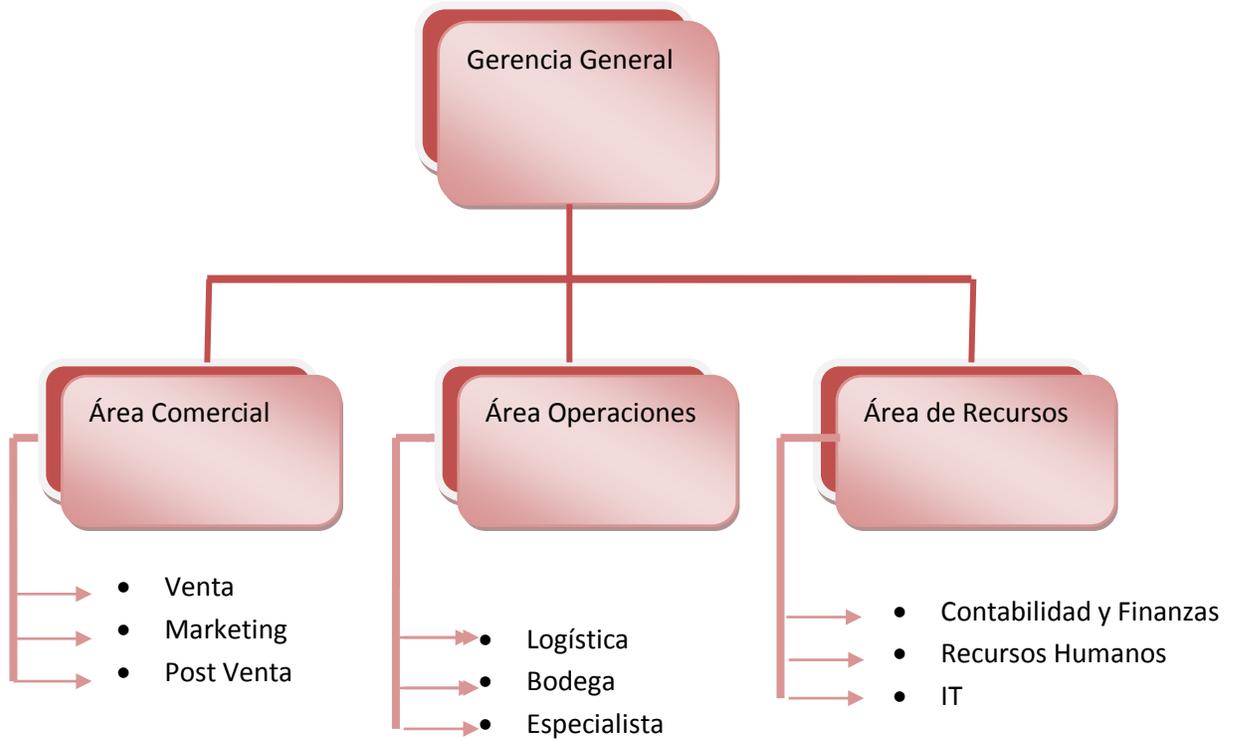


Ilustración 10: Organigrama

Elaborado por: Autor

1. DATOS DE IDENTIFICACION	
NOMBRE DEL CARGO:	Gerente Administrativo
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Gerencia Administrativa
2. DESCRIPCION	
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:	
<p>Planificar, desarrollar e implementar los programas de trabajo que permitan asegurar que se cumplan las condiciones para el buen funcionamiento de todos los sectores de la entidad; procurando optimizar el uso de los recursos disponibles.</p>	
2.2 RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el presupuesto de la gerencia bajo su responsabilidad • Revisar, autorizar y aprobar las compras y/o adquisición de bienes y servicios dentro de su cupo establecido. • Diseñar e implementar programa de ahorro. • Optimización del gasto • Supervisar y controlar las áreas bajo su competencia. • Promover alianzas estratégicas con proveedores a fin de obtener los mejores resultados de negociación. • Diseñar en conjunto con la compañía de seguridad los controles de protocolo que apliquen para precautelar la infraestructura y personal. • Planificar la toma de inventario. • Aprobar la planificación de los programas de servicios generales. • Evaluar la efectividad de los sistemas integrados de seguridad. • Aprobar la baja de bienes y artículos • Fiscalizar la calidad de los servicios contratados. 	
3. PERFIL DEL CARGO	
3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:	
Formación profesional preferiblemente Ingeniero en Administración de Empresas.	

1. DATOS DE IDENTIFICACION	
NOMBRE DEL CARGO:	Jefe de Ventas
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Gerencia Administrativa
2. DESCRIPCION	
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:	
Planificar, ejecutar el plan de venta de acuerdo a la cuota de mercado que se quiere capturar.	
2.2 RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Con base a su criterio y conocimiento del mercado identifica: <ul style="list-style-type: none"> • Información fuente. • Mercado objetivos. • Sectores de comercio a investigar. ➤ Asigna trabajos de investigación y recomienda suscripciones ➤ Recibe informe y sustentación. ➤ Analiza conjuntamente y plantea acciones a seguir. ➤ Asigna cartera de clientes potenciales para levantamiento de ficha. ➤ Considerando el comportamiento de mercados, temporada, y el plan estratégico, identifica la capacidad instalada de visita. ➤ Establece el estándar de visita por ejecutivo. ➤ Asignan carga horaria de visita a ejecutivo. ➤ Recibe al término del ciclo el reporte de las ventas instrumentadas. ➤ Recibe el reporte de cobranza identificando valores pendientes. ➤ Concilia reporte de ventas vs cobranzas. ➤ Segrega por ejecutivo la productividad del periodo. ➤ Para el caso de valores pendientes de cobro, instruye al ejecutivo que corresponda para que realice el seguimiento. ➤ Procede al cálculo de comisiones. ➤ Envía reporte de comisiones a Gerencia Comercial para aprobaciones. 	
3. PERFIL DEL CARGO	
3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:	
Formación profesional preferible Ingeniero Comercial.	

1. DATOS DE IDENTIFICACION	
NOMBRE DEL CARGO:	Vendedor
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Gerencia Administrativa
2. DESCRIPCION	
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:	
Ejecutar la venta y la promoción directa del servicio.	
2.2 RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibe cartera. ➤ Estudia a cada cliente asignado. ➤ Evalúa oportunidad de negocio, crecimiento, riesgos operativos, financieros y otros. ➤ En función con los parámetros establecidos por la Gerencia Comercial, realiza pre Calificación de cliente y categoriza. ➤ Ingresa datos al sistema. ➤ Con la frecuencia establecida realiza pre calificación. ➤ Recibe cartera de clientes ➤ Establece cronograma. ➤ Contacta clientes para agenda. ➤ Elabora ruta. ➤ Prepara documentación y estrategia de visita. ➤ Ejecuta visita. ➤ Elabora informe de resultados, calificando al cliente. ➤ Informa al Gerente de Ventas ➤ Prepara información de servicios. ➤ Define un perfil de servicios requerido por el cliente. ➤ Ejecuta Visita. ➤ Complementa información. ➤ Valida propuesta con Gerente de Venta, de acuerdo al nivel de autorización. ➤ Envía propuesta al cliente. ➤ De ser positiva la respuesta del cliente, valida conformidad de aceptación. 	
3. PERFIL DEL CARGO	
3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:	
Formación profesional en Administración de Empresas.	

1. DATOS DE IDENTIFICACION	
NOMBRE DEL CARGO:	Especialista
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Operativa
2. DESCRIPCION	
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:	
Atender, presupuestar y definir cronograma de actividades para cubrir la demanda del servicio requerido por el cliente.	
2.2 RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Administrar el equipo de trabajo. • Inspeccionar requerimiento de servicio. • Elaborar presupuesto de obra • Solicitar herramienta y equipo. • Definir insumos requeridos para ejecución de trabajo. • Aplicar la norma de seguridad e higiene en sitio. • Elaborar cronograma de ejecución de obra. • Supervisar desarrollo de obra. • Ejecutar prueba de calidad. • Elaborar reporte de novedad. 	
3. PERFIL DEL CARGO	
3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:	
Técnico en electromecánica, construcción.	

1. DATOS DE IDENTIFICACION	
NOMBRE DEL CARGO:	Servicio al cliente
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Gerencia Administrativa
2. DESCRIPCION	
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:	
<p>Atender los requerimientos de los clientes y asistirlos, brindándoles apoyo a la gestión de los Asesores de Ventas.</p>	
2.2 RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Atender los requerimientos vía telefónica, personal o vía mail de los clientes o empresas que requieren de nuestros servicios. • Mantener contacto con nuestros clientes, validando información de los mismos. • Recibe información de inspección. • Envía a los especialistas al campo para verificar requerimiento y envía a los obreros para la realización del mantenimiento. • Realiza encuesta de servicio al cliente. 	
3. PERFIL DEL CARGO	
3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:	
<p>Formación profesional preferible Administrador de Empresas, Ingeniero en Ciencias Empresariales.</p>	

1. DATOS DE IDENTIFICACION	
NOMBRE DEL CARGO:	Logística
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Gerencia Administrativa
2. DESCRIPCION	
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:	
<p>Responsable de coordinar e instrumentar las redes colaborativas que permitan sustentar el servicio a través de los proveedores en el marco externo de la operación, internamente brindar soporte operativo para la atención de requerimiento de los clientes.</p>	
2.2 RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer el banco de proveedores calificados. ✓ Administrar los cupos de créditos otorgado por los proveedores. ✓ Administrar el inventario de stock mínimo. ✓ Generar requerimiento de insumo hacia proveedores. ✓ Coordinar el despacho de unidades para atención al cliente. ✓ Controlar el inventario a reposición. ✓ Ejecutar ingreso y egreso de bodega. 	
3. PERFIL DEL CARGO	
3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:	
<p>Formación profesional preferiblemente Ingeniero Industrial, Administrador de Empresas, Ingeniero en Procesos.</p>	

1. DATOS DE IDENTIFICACION	
NOMBRE DEL CARGO:	Jefe de Bodega
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Gerencia Administrativa
2. DESCRIPCION	
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:	
<p>Coordinar y asegurar el ingreso y egreso de la mercancía y administrar el inventario asignado a su responsabilidad.</p>	
2.2 RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar el ingreso y operación de manipuleo de la carga destinada a la bodega. • Asegurar que la operación de manipuleo de carga se desarrolle bajo un estricto cumplimiento de las normas de seguridad e higiene industrial. • Administrar y asignar el espacio de bodega disponible. • Coordinar con las áreas relacionadas el ingreso y egreso de mercancías a la bodega. • Inspeccionar la carga que ingresa a la bodega a fin de asegurar que la misma cumpla con las especificaciones establecidas en la orden de adquisición. • Procesar las notas de entrega así como registrar acuse de conformidad • Tener la custodia de las llaves de acceso de la bodega. • Ejecutar los inventarios cíclicos de la bodega que se demanda realizar. • Mantener un stock de suministros disponibles de acuerdo a su rotación • Ejecutar la distribución de la carga y la estiba del producto a custodiar de acuerdo a las normas vigentes. 	
3. PERFIL DEL CARGO	
3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:	
Ingeniero Industrial, Ingeniero de Procesos.	

1. DATOS DE IDENTIFICACION	
NOMBRE DEL CARGO:	Asistente de Finanzas y Contabilidad
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Gerencia Administrativa
2. DESCRIPCION	
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:	
Administrar los recursos que requiere la empresa para mantener el servicio que se oferta.	
2.2 RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Hacer el presupuesto anual. • Llevar control de pagos de impuestos. • Ejecutar función de tesorería. • Realizar conciliación bancaria. • Supervisar la contabilidad. • Analizar proveedores. 	
3. PERFIL DEL CARGO	
3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:	
Formación profesional preferiblemente Ingeniero Industrial, Administrador de Empresas.	

11) Análisis Financiero.

Para la creación de la empresa de Mantenimientos Integradles el capital necesario es de \$69,000, de los cuales el 46% es mediante capital propio y el restante con préstamos bancario con una tasa de interés del 9,5%.

11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años

Las ventas mensuales que se ha proyectado serán de 600 suscriptores al mes, tomando un 3% de mi mercado potencial.

El crecimiento de las ventas es del 1%. A continuación se presentan los ingresos por las suscripciones:

INGRESO POR VENTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes	600	606	612	618	624
Precio de Venta	\$ 38,00	\$ 38,76	\$ 39,54	\$ 40,33	\$ 41,13
Ingresos Mensuales	\$ 22.800,00	\$ 23.488,56	\$ 24.197,91	\$ 24.928,69	\$ 25.681,54
INGRESOS ANUALES	\$ 273.600,00	\$ 281.862,72	\$ 290.374,97	\$ 299.144,30	\$ 308.178,46

En el siguiente cuadro se indica el Estado de Resultado:

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 273.600,00	\$ 281.862,72	\$ 290.374,97	\$ 299.144,30	\$ 308.178,46
(-) Costo de Venta		\$ (104.882,81)	\$ (108.296,83)	\$ (111.832,51)	\$ (115.494,50)	\$ (118.768,09)
(=) Utilidad Bruta		\$ 168.717,19	\$ 173.565,89	\$ 178.542,47	\$ 183.649,80	\$ 189.410,36
(-) Gastos Administrativos		\$ (105.128,80)	\$ (106.186,04)	\$ (109.547,51)	\$ (113.016,56)	\$ (116.596,61)
(-) Gastos de Ventas		\$ (16.944,00)	\$ (17.466,51)	\$ (18.005,14)	\$ (18.560,40)	\$ (19.132,79)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 46.644,39	\$ 49.913,34	\$ 50.989,81	\$ 52.072,84	\$ 53.680,96
(-) Gastos Financieros		\$ (3.871,09)	\$ (3.154,73)	\$ (2.367,28)	\$ (1.501,67)	\$ (550,15)
(=) UAIT		\$ 42.773,30	\$ 46.758,61	\$ 48.622,53	\$ 50.571,18	\$ 53.130,81
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (6.416,00)	\$ (7.013,79)	\$ (7.293,38)	\$ (7.585,68)	\$ (7.969,62)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (7.998,61)	\$ (8.743,86)	\$ (9.092,41)	\$ (9.456,81)	\$ (9.935,46)
UTILIDAD NETA		\$ 28.358,70	\$ 31.000,96	\$ 32.236,74	\$ 33.528,69	\$ 35.225,73

11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (53.572,07)					
UAIT		\$ 42.773,30	\$ 46.758,61	\$ 48.622,53	\$ 50.571,18	\$ 53.130,81
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (6.416,00)	\$ (7.013,79)	\$ (7.293,38)	\$ (7.585,68)
Pago de IR		\$ -	\$ (7.998,61)	\$ (8.743,86)	\$ (9.092,41)	\$ (9.456,81)
EFFECTIVO NETO		\$ 42.773,30	\$ 32.344,01	\$ 32.864,88	\$ 34.185,38	\$ 36.088,33
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00
(+) Aporte Accionistas	\$ 25.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 44.000,00	\$ (7.217,89)	\$ (7.934,25)	\$ (8.721,71)	\$ (9.587,32)	\$ (10.538,83)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 15.427,93	\$ 41.302,62	\$ 30.156,96	\$ 29.890,38	\$ 30.345,28	\$ 31.296,70
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 15.427,93	\$ 56.730,54	\$ 86.887,51	\$ 116.777,89	\$ 147.123,16
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 15.427,93	\$ 56.730,54	\$ 86.887,51	\$ 116.777,89	\$ 147.123,16	\$ 178.419,86

11.3 Análisis del punto de equilibrio

Para cubrir mis costos se necesitan tener 496 suscriptores mensuales, a partir de esta cantidad se obtendrán ganancias.

PE =	5.953	suscripciones al año, o	\$ 226.231,08
-------------	--------------	--------------------------------	----------------------

PE =	496	suscripciones al mes, o	\$ 18.852,59
-------------	------------	--------------------------------	---------------------

11.4 Análisis de sensibilidad (dos escenarios 10.1 y 10.2)

Para los dos escenarios se tomó en cuenta una variación de los costos y las ventas.

Conservador

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD							VARIACIÓN
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
INVERSIÓN TOTAL	\$ (69.641,58)						
VENTAS		\$ 276.336,00	\$ 284.681,35	\$ 293.278,72	\$ 302.135,74	\$ 311.260,24	1%
(-) Costo de Venta		\$ (105.931,64)	\$ (109.379,79)	\$ (112.950,83)	\$ (116.649,44)	\$ (119.955,77)	1%
(=) Utilidad Bruta		\$ 170.404,36	\$ 175.301,55	\$ 180.327,89	\$ 185.486,30	\$ 191.304,47	
(-) Gastos Administrativos		\$ (105.128,80)	\$ (106.186,04)	\$ (109.547,51)	\$ (113.016,56)	\$ (116.596,61)	
(-) Gastos de Ventas		\$ (16.944,00)	\$ (17.466,51)	\$ (18.005,14)	\$ (18.560,40)	\$ (19.132,79)	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 48.331,56	\$ 51.649,00	\$ 52.775,23	\$ 53.909,34	\$ 55.575,07	
(-) Gastos Financieros		\$ (3.871,09)	\$ (3.154,73)	\$ (2.367,28)	\$ (1.501,67)	\$ (550,15)	
(=) UAIT		\$ 44.460,47	\$ 48.494,27	\$ 50.407,96	\$ 52.407,67	\$ 55.024,92	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (6.669,07)	\$ (7.274,14)	\$ (7.561,19)	\$ (7.861,15)	
Pago de IR		\$ -	\$ (9.447,85)	\$ (10.305,03)	\$ (10.711,69)	\$ (11.136,63)	
EFFECTIVO NETO		\$ 44.460,47	\$ 32.377,35	\$ 32.828,78	\$ 34.134,79	\$ 36.027,13	
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 23.256,84	
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 13.869,51	
(+) Préstamo concedido		\$ (7.217,89)	\$ (7.934,25)	\$ (8.721,71)	\$ (9.587,32)	\$ (10.538,83)	
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (69.641,58)	\$ 42.989,79	\$ 30.190,30	\$ 29.854,28	\$ 30.294,68	\$ 68.361,85	
TIR	46,47%						
VAN	\$ 46.508,32						
Pay Back	1,88 años						

Con estas variaciones del 1% de las ventas y 1% de los costos, la Tasa Interna de retorno es del 46,47%, el Valor Actual Neto es de \$46.508,32 y el periodo de recuperación es de 1,88 años.

Optimista

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD							VARIACIÓN
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
INVERSIÓN TOTAL	\$ (69.641,58)						
VENTAS		\$ 290.016,00	\$ 298.774,48	\$ 307.797,47	\$ 317.092,96	\$ 326.669,16	6%
(-) Costo de Venta		\$ (111.175,78)	\$ (114.794,64)	\$ (118.542,46)	\$ (122.424,17)	\$ (125.894,18)	6%
(=) Utilidad Bruta		\$ 178.840,22	\$ 183.979,85	\$ 189.255,01	\$ 194.668,79	\$ 200.774,98	
(-) Gastos Administrativos		\$ (105.128,80)	\$ (106.186,04)	\$ (109.547,51)	\$ (113.016,56)	\$ (116.596,61)	
(-) Gastos de Ventas		\$ (16.944,00)	\$ (17.466,51)	\$ (18.005,14)	\$ (18.560,40)	\$ (19.132,79)	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 56.767,42	\$ 60.327,30	\$ 61.702,36	\$ 63.091,83	\$ 65.045,58	
(-) Gastos Financieros		\$ (3.871,09)	\$ (3.154,73)	\$ (2.367,28)	\$ (1.501,67)	\$ (550,15)	
(=) UAIT		\$ 52.896,33	\$ 57.172,57	\$ 59.335,08	\$ 61.590,16	\$ 64.495,43	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (7.934,45)	\$ (8.575,88)	\$ (8.900,26)	\$ (9.238,52)	
Pago de IR		\$ -	\$ (11.240,47)	\$ (12.149,17)	\$ (12.608,70)	\$ (13.087,91)	
EFFECTIVO NETO		\$ 52.896,33	\$ 37.997,64	\$ 38.610,02	\$ 40.081,20	\$ 42.169,00	
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 23.256,84	
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 13.869,51	
(+) Préstamo concedido		\$ (7.217,89)	\$ (7.934,25)	\$ (8.721,71)	\$ (9.587,32)	\$ (10.538,83)	
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (69.641,58)	\$ 51.425,65	\$ 35.810,60	\$ 35.635,52	\$ 36.241,09	\$ 74.503,72	
TIR	57,65%						
VAN	\$ 66.122,76						
Pay Back	1,51	años					

Con estas variaciones del + 6% de las ventas y 6% de los costos, la Tasa Interna de retorno es del 57,65%, el Valor Actual Neto es de \$66.122,76 y el periodo de recuperación es de 1,51 años.

En los dos escenarios el modelo de servicio es optimista.

11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.

El TIR (Tasa Interna de Retorno) es del 45,46%, el VAN (Valor Actual Neto) es del 45.149.07 y una tasa Interna de Retorno de 1,94 años. Estos índices financieros nos muestran que el modelo de servicio es rentable.

CÁLCULO DE TIR Y VAN						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (69.641,58)					
UAIT		\$ 42.773,30	\$ 46.758,61	\$ 48.622,53	\$ 50.571,18	\$ 53.130,81
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (6.416,00)	\$ (7.013,79)	\$ (7.293,38)	\$ (7.585,68)
Pago de IR		\$ -	\$ (7.998,61)	\$ (8.743,86)	\$ (9.092,41)	\$ (9.456,81)
EFFECTIVO NETO		\$ 42.773,30	\$ 32.344,01	\$ 32.864,88	\$ 34.185,38	\$ 36.088,33
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21	\$ 4.607,21
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 23.256,84
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 13.869,51
(+) Préstamo concedido		\$ (7.217,89)	\$ (7.934,25)	\$ (8.721,71)	\$ (9.587,32)	\$ (10.538,83)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (69.641,58)	\$ 41.302,62	\$ 30.156,96	\$ 29.890,38	\$ 30.345,28	\$ 68.423,05

TIR	45,46%
VAN	\$45.149,07
Pay Back	1,94 años

12) Viabilidad del proyecto (Conclusiones)

Los estudios realizados al mercado determinan que este tipo de servicio tiene alta demanda y cubre las altas expectativas que el usuario quiere.

Se considera que el proyecto es viable sostenible, con grandes posibilidades de expansión y crecimiento en otros escenarios geográficos y con niveles de servicio que pueden cubrir demandas de entidades públicas y privadas de mediano tamaño. Es un modelo de servicio que cumplen con todo el marco regulatorio vigente, fortalece la cultura de servicio del medio y proyecta a la microempresa como un actor importante de la economía en la industria del servicio.

Adicionalmente genera el desarrollo de las competencias y habilidades de los integrantes de la entidad.

Promueve un precio justo sobre el servicio otorgado y permite generar una rentabilidad adecuada para el inversionista.

Bibliografía

- Banco Central. (2014). Recuperado el 22 de Julio de 2014, de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
- Ecuador en Cifras. (2010). Recuperado el 25 de Agosto de 2014, de <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/cienciaTecnologia.html#>
- Ernesto Gamboa&Asociados. (2010). *Una mirada al mercado inmobiliario del Ecuador*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2014, de <http://www.ekosnegocios.com/inmobiliario/Articulos/11.pdf>
- IEES. (10 de Julio de 2014). *Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social*. Obtenido de <http://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/obligaciones>
- INEC. (2010). Recuperado el 2 de Agosto de 2014, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&
- INEC. (2010). *Redatam*. Recuperado el 28 de Julio de 2014, de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- Ministerio de Industria y Productividad*. (2014). Recuperado el 14 de Julio de 2014, de <http://www.industrias.gob.ec/programas-y-servicios/>
- Naveda, V. (2013). *Clave*. Recuperado el 25 de Agosto de 2014, de http://www.clave.com.ec/1062-Estimaciones_para_el_Mercado_Inmobiliario___Ecuador_Colombia_y_Per%C3%BA.html
- Superintendencia de Compañía. (2014). Recuperado el 08 de Julio de 2014, de http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- INEC. (2010). Recuperado el 5 de Agosto de 2014, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&

Anexo

¿Ud. demanda servicios de mantenimiento?

- Si
- No

¿Con qué frecuencia lo demanda?

- Semanalmente
- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente

¿Ud. requiere servicios en?

- Cerrajería
- Albañilería
- Electricidad
- Gasfitería

Los servicios que Ud. contrata son de:

- Persona Natural
- Empresas
- Microempresa

El nivel de servicio que le ofertan considerando precio, tiempo y calidad del entregable (entiéndase por calidad la entrega de un producto o servicio que cubra sus expectativas), Ud. lo califica como:

- Muy Bueno
- Bueno
- Aceptable
- Malo

La contratación de este tipo de servicio le resulta ser:

- Complicado
- Medianamente Complicado
- Nada Complicado

La contratación de este tipo de servicio le ha generado algún tipo de conflicto por incumplimiento

- Nunca
- En ocasiones
- Siempre

Ud. considera que la informalidad en la contratación de estos servicios afecta al resultado del mismo.

- Si
- No

¿Recibe Ud. una asistencia posterior a la culminación del trabajo contratado?

- Siempre
- Eventualmente
- Nunca

Ud. considera que el precio que le imponen por este tipo de servicio es justo y está regulado; (regulado entiéndase como tal la generación de una factura por los servicios que se ofrecen)

Si

No