

# Plan de negocio Jonathan

*por* Jonathan Y Johana Jy J

---

**Fecha de entrega:** 03-sep-2019 09:20a.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1166634553

**Nombre del archivo:** Jonathan\_y\_Johanna.docx (77.87K)

**Total de palabras:** 7582

**Total de caracteres:** 39882

## INTRODUCCIÓN

En el Ecuador existen diferentes tipos de empresas nacionales e internacionales que ofrecen servicios de compras express y mensajería como en el caso de Glovo que se encuentra disponible en las ciudades de Quito, Guayaquil, y Cuenca la misma que se trata de una aplicación que se descarga a través de teléfonos Android y iPhone donde los usuarios eligen el artículo que desean; este tipo de negocio tiene repartidores que se encargan de entregar los artículos hacia la dirección establecida.

A nivel Global el área de servicios de entrega a domicilio y mensajería se está desarrollando rápidamente con la ayuda de la tecnología, generando una creciente necesidad en las personas y empresas a nivel global que requieren de un servicio que realice sus compras y las entregue al lugar indicado, ayudando a obtener un mejor desenvolvimiento a sus actividades gracias al ahorro de tiempo del cual se benefician los clientes que adquieren este servicio.

En la ciudad de Milagro se observan necesidades insatisfechas esto se debe a que el mismo cuenta con cuatro parroquias que representan el 2,6 de la provincia del Guayas existen alrededor de 5.099 establecimientos económicos cuya actividad principal es el comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas tabaco con un 62,8 % ; industria manufacturera con un 13,5% y restaurantes u otros servicios móviles de comida con un 10,8% de las cuales son muy pocas las que ofrecen servicios de entrega a domicilio.

Entre las empresas relevantes del Cantón Milagro y tomada como competencia directa esta Tramaco Express S. A que es una empresa que provee el servicio de encomiendas, transporte de carga, correspondencia y Servientrega, Correos del Ecuador, que proveen el servicio de mensajería; pero ninguna de estas empresas ofrece un servicio integral que

abarque todos estos servicios en una sola empresa y brindando un beneficio adicional como lo es la entrega de artículos de carga pesada, materiales de construcción y servicio de mudanza con la accesibilidad de pedirlo a través de una aplicación de teléfono móvil.

El proyecto de emprendimiento se ejecutará con el fin de prestar atención a las inconformidades de los consumidores y cubrirlas, al momento de realizar actividades de compras express y mensajería instantánea de la ciudad de Milagro ya que cada vez más son los usuarios que requieren de un servicio oportuno, ágil y confiable, además de recibir atención personalizada beneficiando a las personas a la hora de realizar sus compras ya que OKI Entregas es un proyecto que ofrece a las personas u empresas ahorrar tiempo que podrían invertir realizando otras actividades logrando satisfacer al cliente.

## **CAPÍTULO 1**

### **1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO**

#### **1.1. Descripción del negocio**

OKI entregas será una plataforma de e-commerce o de compras express en donde el usuario o cliente podrá pedir cualquier artículo pequeño desde comida, ropa, zapatos, medicina, artículos de ferretería, florerías, de las tiendas afiliadas además de recoger y enviar cualquier artículo documentos paquetes, llaves, por medio del envío express; además la empresa ofrece servicio de compra y entrega de artículos de carga pesada, materiales de construcción y servicio de mudanza.

La empresa obedece a un tipo de economía colaborativa que consiste en la interacción de dos o más sujetos que son los establecimientos afiliados o tiendas, el cliente o usuarios y los dealers o repartidores; a través de una aplicación que establece un marco donde pueden interactuar los usuarios seleccionando el rol que desean por ejemplo vendedor o comprador ;

la aplicación maneja un sistema dinámico que permite al cliente evaluar el servicio y esta información automáticamente generara un nivel de reputación para el repartidor o dealers, lo cual brindara al cliente la seguridad necesaria para seguir adquiriendo el servicio.

Esta empresa se diferencia ante sus consumidores al ofrecer un servicio que integra la compra y entrega, ágil, segura y oportuna de todo tipo de artículos es decir el servicio ofreciendo variedad de productos al elegir, inclusive artículos de carga pensada, materiales de construcción y servicio de mudanzas con la accesibilidad que brinda el solicitar el servicio mediante una aplicación móvil, proveyendo un servicio eficiente y eficaz y la satisfacción de una necesidad existente en el cantón Milagro.

El propósito de OKI entregas es <sup>3</sup>brindar un servicio que de calidad facilitando a sus clientes la adquisición de cualquier producto o servicio online por medio de una aplicación que se puede descargar en teléfonos móviles a través de Google Play Store y el App store de Apple; pudiendo realizarlo desde la comodidad de su hogar o lugar de trabajo y el articulo será entregado en 30 minutos en pedidos que se puedan transportar en motocicletas y un máximo de 60 minutos para entregas de carga pesada y materiales de construcción, esto valores de tiempo varían en el caso del servicio de mudanzas y depende de la cantidad de muebles y enseres que posea el cliente que solicitó el servicio.

## <sup>2</sup>**1.2. Misión**

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes ofreciendo un servicio de compras express integral, oportuno, rápido y seguro con una alta gama de entrega de productos que satisfagan todas las necesidades de nuestros clientes.

### **1.3. Visión**

Ser una empresa líder en el servicio de compras express con calidad, puntualidad, confianza y responsabilidad para satisfacer al cliente de la ciudad de Milagro y demás provincias del Guayas.

### **1.4. Objetivo General.**

Establecer un programa de planeación de negocio focalizado en el estudio de la implementación de la empresa "Oki" ofertando el servicio de compras express en la ciudad de Milagro.

### **1.5. Objetivos Específicos**

- ✓ Realizar un estudio de mercado que permita analizar la oferta y demanda del servicio de entregas a domicilio de la ciudad de Milagro.
- ✓ Realizar el análisis de la situación actual con el fin de identificar las oportunidades del mercado respecto al servicio de entregas a domicilio de la ciudad de Milagro.
- ✓ Crear estrategias que garanticen el logro de los objetivos empresariales.
- ✓ Desarrollar un estudio administrativo y análisis de factores internos y externos del negocio.
- ✓ Desarrollar y calcular el respectivo estudio técnico, económico y financiero que permita obtener la información de la situación que se encuentra la empresa y a su vez las proyecciones de la misma.

## **CAPÍTULO 2**

## **2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN**

### **2.1. Análisis del mercado**

Los consumidores se han vuelto muy exigentes respecto a sus gustos y preferencias, ya no solo basta con un buen servicio las necesidades del mercado exigen un servicio integral que se desempeñe con eficiencia y eficacia proporcionando calidad, confianza y seguridad.

<sup>5</sup> El presente plan de negocios se plantea con el propósito de cubrir la necesidad de acceso a una plataforma de interacción entre consumidores con repartidores y establecimientos para entregar sus artículos desde cualquier punto de la ciudad, lo cual lo convierte en una idea innovadora con un nicho de mercado a satisfacer.

#### **2.1.1. Mercado de Consumo**

Nuestra plataforma pertenece al mercado de servicios ya que consiste en un tipo de mercado en donde los compradores adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura

### **2.2. Análisis de la demanda**

El servicio de compras express forma parte de una necesidad inminente en la ciudad de Milagro, existen personas que utilizan aplicaciones de compras express para facilitar la realización de sus compras en la vida cotidiana, por lo que el servicio de Oki entregas representa una alternativa diferente para quienes desean hacer sus compras mediante una aplicación desde la comodidad de su hogar u oficina.

De manera general la demanda de servicios de compras express ha crecido representativamente con el pasar del tiempo en la ciudad de Milagro, lo cual constituye para Oki entregas una oportunidad para ingresar al mercado dado que al existir un consumo

masivo de artículos en general el servicio se vuelve cada vez más necesario facilitando a la empresa la captación de clientes y su crecimiento en general, logrando posicionarse en la mente de sus consumidores.

### **2.2.1. Segmentación del Mercado**

La segmentación de mercados como la definen (Schiffman & Kanuk, 2001) es un proceso mediante el cual se fragmenta el mercado en diversas partes que mantienen características, gustos y deseos comunes, de los cuales se determina el segmento objetivo y se aplican estrategias del marketing para atraer la atención del consumidor.

Para desarrollar la estrategia de segmentación del servicio de “Oki entregas” se seleccionó al cliente o usuarios sin importar su edad, género, posición económica, ya que el impacto de aplicación se extiende a todos varios sectores, un ejemplo donde se aplica esta metodología los factores demográficos son secundarios, para esto tenemos 3 tipos de segmentos a los cuales nos enfocamos.

Cliente O Usuarios.

Nuestra segmentación de mercado corresponde a la ciudad de Milagro que representa el 2.6% del territorio de la provincia de GUAYAS (aproximadamente 0.4 mil km<sup>2</sup>) según Censo de Población y Vivienda 2010, realizado por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), La ciudad de Milagro tiene una población de 166600 mil habitantes. (4.6% respecto a la provincia de GUAYAS). Con una segmentación Urbana del 80.1% y Rural del 19.9% y dividido entre hombres 50.0% y mujeres 50.0%. La proyección estadística de población actual es de 197245 habitantes según datos del INEC, si consideramos que la plataforma web está segmentada a la zona urbana los clientes potenciales son de 157993 habitantes, enfocándonos en un grupo de personas con acceso internet son de 130890 posibles

clientes usuarios de la plataforma web, de las cuales tenemos que entre 15 a 69 años se encuentran en la zona urbana siendo unas 87614 personas.

### **2.2.2. Potencial de Mercado**

“Oki entregas” posee un alto nivel de demanda dado que pertenece al tipo de comercio electrónico lo cual le permite expandirse con facilidad hacia nuevos mercados además de ser un servicio innovador en el cantón Milagro, ofreciendo una oportunidad de negocio latente cuyo mercado potencial pertenece a toda la provincia del Guayas, ayudando a personas cuya característica persistente es la falta de tiempo o sedentarismo y personas cuyas facultades físicas impiden realizar y transportar sus compras, “oki entregas” ofrece una solución a sus necesidades latentes brindando satisfacción a sus clientes ofreciendo un servicio de calidad.

### **2.2.3. Identificación y caracterización de la oferta**

“Oki entregas” busca ofrecer un servicio de calidad a un precio conveniente por medio de acuerdos y alianzas establecidas con establecimientos a nivel general, lazado al mercado un servicio innovador e integral de compras express que ofrece los siguientes tipos de entrega:

Pedido simple: Se utiliza para envíos pequeños, en donde solo se debe recoger el pedido de un sitio para posteriormente entregarlo a su destino aplican artículos como llaves, cascos, sobres etc.

### **2.2.4. Pedido a establecimiento afiliado**

Se utiliza en pedidos donde participan tres sujetos cliente, establecimiento y la aplicación y consiste en que el cliente solicita la compra de un artículo, Oki entregas aplicación lo receipta y envía el pedido al establecimiento afiliado para que posteriormente sea entregado a su destino por el repartidor o dealers.

### **2.2.5. Pedido a establecimientos no afiliados**

En la dinámica de este tipo de pedido solo participa “Oki entregas” y el dealers o repartidor, en donde el cliente realiza el pedido en la aplicación generando una lista de compras, en donde un empleado encargado del área de compras se encargará de hacer la compra y enviarla con el repartidor hacia su destino.

### **2.2.6. Pedidos de carga pesada**

Consisten en receptor materiales de carga pesada tales como materiales de construcción o electrodomésticos y enseres para asistir una mudanza, para esta modalidad de pedido la empresa contará con sus propios camiones y sus respectivos choferes que estarán a disposición de que el cliente lo requiera.

### **2.2.7. Ventaja competitiva**

La ventaja competitiva según (Porter M. , 1986) representa el factor diferencial que posee las características de un producto o servicio que los clientes perciben como único o determinante. Por ello nuestro servicio posee un componente innovador y diferenciador ya que ofrece un servicio de compras express integral que asiste al cliente desde que realiza sus compras en línea hasta la entrega en su lugar de destino.

Desde sus inicios la empresa se esforzará por diferenciar su servicio por mostrando siempre una actitud positiva ante todos los usuarios que opten por adquirir nuestros servicios ofreciendo disponibilidad para para solucionar problemas e inconvenientes, además de vocación <sup>5</sup> para ofrecer un servicio de calidad en el menor tiempo posible, adaptándose a las necesidades de nuestros clientes.

## **2.3. Investigación de Mercado**

Se realiza una investigación de mercado en donde por medio de la aplicación de técnicas de segmentación se conoció los gustos y preferencias que tienen nuestros posibles clientes respecto al servicio que ofrecemos mediante la observación realizada se ha comprobado que existe una alta aceptación del servicio express por parte de las personas, estos datos serán corroborados a través de las encuestas realizadas al grupo de personas del cantón de Milagro que nos permitirá conocer el nivel de aceptación que tiene el servicio .

### **2.3.1. Tamaño**

Con el propósito de determinar la magnitud de la muestra, conociendo ya su población, se consideró en su totalidad a los habitantes del cantón Milagro que corresponden a 166.634 personas según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010)

#### **2.3.2.3 <sup>1</sup> Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas**

Con la aplicación de nuestra encuesta nos ha arrojado los siguientes resultados que nos permiten entender mucho más el mercado y la aplicación del proyecto que se planteó.

#### **Pregunta 01. Edad**

En la segmentación de edad y elección de la muestra tenemos que el 42% están en edad de 26 a 36 años que es la PEA, y un 34% son personas de 15 a 25 años que son personas que se mantienen en tendencias de internet, y un 8% que son personas adultas, así como un 16% de personas de 48 años en adelante que son los que menos manejan el internet

#### **Pregunta 02. Género**

De la muestra encuestada tenemos que el 73% fueron de género masculino y 27% de género femenino.

### **Pregunta 3. Sector donde reside**

La segmentación del mercado nos permitió conocer que el 64% de los encuestados se encuentran en la parte Sur del Cantón, un 27% en el sector norte y un 9% en el sector centro.

### **Pregunta 04. ¿Cuál es la frecuencia que utiliza internet a la semana?**

Según los resultados de la investigación tenemos que el 55% de los encuestados pasan entre 0 a 20 horas a la semana en internet un 27% pasan de 21 a 40 horas, un 9% de 61 a 80 horas y un 9 % de 81 a 100 horas en internet lo que nos dice que todos tienen acceso al internet.

### **Pregunta 05. ¿Para qué actividades utilizas el internet?**

Dentro de los encuestados tenemos que el 82% de la población busca productos o servicios en el internet, así como el 18 % pasa en redes sociales.

### **Pregunta 6. ¿Usted posee un servicio de internet fijo en su hogar o empresa?**

Tenemos que el 55% de la población tiene una red de internet fijo en casa, es decir aparte del servicio móvil y un 45% no tiene servicio de internet fijo en casa o trabajo.

**Pregunta 7. Si su respuesta en la pregunta 6 es afirmativa, indíquenos a que operadora pertenece.**

En la ciudad de milagro tenemos que el 46% usa los servicios de internet fijo de INPLANET y un 27% de CNT

**Pregunta 8. ¿Usted ha realizado compras o solicitado servicios por internet?**

De acuerdo a la investigación el 73% de la investigación conocen el tema de compras en internet de productos o servicios, los que nos permite entender que su conocimiento hacia estos servicios si son aplicables mientras que el 27% no conoce o no lo ha realizado.

**Pregunta 9. ¿En caso que sea afirmativa la respuesta a la pregunta 8, indíquenos con qué frecuencia realiza compras o solicitados servicios por internet?**

Complementando la respuesta anterior el factor de compras no es solo poco habitual si no que hay una constante ya que el 60% ha comprado de 2 a 6 productos en internet, un 10% lo ha hecho una vez y un 10% más de 7 veces, aunque existe un 20% que no lo ha hecho.

**Pregunta 10. En caso de que sea afirmativa su respuesta a la pregunta 8, indíquenos que productos o servicios adquiere.**

Los productos que más se compran son con un 37% ropa, seguido con un 27% tecnología a la vez un 27 % lo hacen en otros productos y un 9% alimentos, lo que nos permite conocer los gustos y tendencias de los potenciales usuarios.

**Pregunta 11. ¿Qué marca de celular es su preferida?**

Tenemos que el 55% utilizan marca Samsung, un 18% Sony y un 9% Huawei y un 18 % Apple lo que en resumen nos dice que el 82% utiliza tecnología ANDROID y 18% tecnología IOS lo que nos permite enfocarnos en unas futuras expansiones.

**Pregunta 12. Posee un plan de celular**

A parte del internet fijo existe el internet móvil podemos observar que el 70% posee un servicio de plan móvil y un 30% no lo posee, por lo que se complementa si no posee el fijo, por lo que nos permite entender que el acceso al internet es participe en la vida actual.

**Pregunta 13. En caso de que sea afirmativa la respuesta a la pregunta 12, indíquenos a que operadora pertenece.**

Con esta pregunta podemos darnos cuentas que el 73 % tiene a CLARO como su proveedor, y un 27% posee CNT.

**Pregunta 14. ¿Le gustaría a usted que exista servicio de COMPRAS EXPRESS que le lleve los productos a su domicilio?**

El 98% de las personas están de acuerdo que exista un servicio de compras express que les lleve sus compras al domicilio, mientras que el 2% no les gustaría que exista ese servicio.

**Pregunta 15. ¿Si hubiese un servicio DIGITAL para el uso de COMPRAS de productos en la ciudad lo ocuparía?**

El 88% está totalmente de acuerdo en usar el servicio digital para la compra de productos que le lleven a su domicilio, un 9% está de acuerdo en usar el servicio mientras que un 2% esta en desacuerdo y un 1% está en totalmente en desacuerdo del servicio.

Según los datos conseguidos mediante la aplicación de esta herramienta de investigación, los resultados arrojados nos permiten conocer que el uso del internet es cada vez más común en la comunidad, y que estas despiertas nuevas necesidades que no existían antes, por lo que según la propuesta de la aplicación de la propuesta de OKI ENTREGAS es factible dentro de la ciudad, ya que no nos podemos quedar atrás en el uso de este tipo de herramientas, así como de aptitudes que actualmente existen en la sociedad.

## **2.4. Plan de Marketing**

Es una herramienta que facilita el análisis respecto a la viabilidad de una iniciativa emprendedora, sirve como una vía para lograr la financiación de la misma por ello debe ser eficaz contener toda aquella información que facilite el análisis de todas las implicaciones que suponen poner en marcha un proyecto y aquella información necesaria para los inversores, además de mantener una estructura simple y fácil de interpretar y comprensible. (Lloreda, 2015)

El presente Plan de Marketing permite abordar los objetivos estratégicos de oki entregas, que es una plataforma tecnológica que conecta una comunidad de usuarios con una red de repartidores que trabajan en línea ofreciendo el servicio de compra y entrega a domicilio, empleando la menor cantidad de recursos a una tarifa competitiva definida por la oferta y demanda.

### **2.4.1. Estrategias de Marketing**

#### **Misión**

Ser la alternativa en servicios de compra y entrega express promoviendo una cultura de servicio y crecimiento que busca la excelencia y desarrollo de la economía colaborativa contribuyendo al bienestar de la sociedad.

#### **Visión**

Ser líderes en el servicio de compras y entrega express de mayor preferencia para el consumidor ofreciendo un servicio oportuno, ágil con eficiencia y eficacia que se realiza por medio de una plataforma web.

## **Análisis de Marketing Mix**

“Oki Entregas” es una empresa tecnológica enfocada a satisfacer las necesidades actuales de un avance vertiginoso de la sociedad y su estilo de vida, con el cual prestamos el servicio de mensajería, transporte de una forma innovadora a través de una plataforma Web de fácil acceso a dispositivos móviles, sin la necesidad de tener una aplicación exclusiva.

Sobre la base de las 8 p recomendadas por el marketing de servicios (Lovelock y wirtz, 2009) se plantea la siguiente estrategia de marketing mix.

### **Servicio**

“OKI ENTREGAS” es un servicio de compra y entrega que se solicita mediante una plataforma virtual de fácil acceso a dispositivos móviles que está enfocado en satisfacer las necesidades dentro del cantón milagro, mediante la interface entre cliente – OKI ENTREGAS – empresa comercializadora – transportista – cliente.

### **Precio**

En oki entregas se aplica la fijación de precios dinámica también conocidos como precios de demanda o precios basados en el tiempo que permite establecer un precio flexible para nuestro servicio según las demandas actuales del mercado, consiste en cambiar los precios en base a los precios, oferta y demanda de la competencia y otros factores externos del mercado.

### **Plaza**

Al ser una plataforma web adaptable a teléfonos celulares las personas del cantón Milagro podrán encontrar a “oki entregas” vía internet, por medio de los diferentes buscadores que permitan su acceso, además se planea que una vez puesto en marcha el negocio y aumentado

nuestro nivel de ingresos, ingresaremos a los mercados de aplicaciones mediante las tiendas de Apps Store y Google Play en donde podemos publicar nuestra aplicación lo que nos permita ser más accesibles para nuestros clientes.

### **Publicidad.**

La plataforma se hará conocida a través de medios electrónico con el objetivo de acceder a un segmento de mercado de mayor potencial de consumo, su publicidad está enfocada en canales de difusión digital masiva, medios de transporte.

**Publicidad digital:** página web, así como redes sociales como Facebook, twitter, Instagram y YouTube.

**Publicidad Medios de Transporte:** Se plantea bandear medios de transporte para que su recorrido haga reconocer la marca, así como una campaña de expectativa, esta herramienta se utilizará para los socios dueños de camiones estableciendo una política que haga que usen la publicidad de la empresa durante los recorridos y para los dealers o repartidores en moto o bicicletas la publicidad estará presente en la mochila de entregas.

### **Personal**

La comunicación en ‘‘oki entregas’’ es muy importante porque nos permite encontrar el servicio idóneo que cubra con las necesidades de nuestros clientes interactuando con ellos de forma directa mediante canales digitales.

### **Presentación**

La presentación de nuestro producto es de una manera digital a través de nuestro portal, además para la prestación de nuestro servicio será un adecuado manejo de identidad

corporativa haciendo que nuestro servicio sea llamativo, para lo cual se maneja de cuatro formas.

1.-Una mochila para pequeñas cantidades y distancias cortas enfocadas en ciclistas que estén agremiados a nosotros.

2.- Para los motociclistas se manejará cajas que se anclen a las motos, de esta forma serán vivibles y llamativos.

3.- Para los socios estratégicos que tengamos en medios de transporte liviano y pesado se mantendrá un STICKERS que denote su participación con nosotros.

4.- Para los establecimientos asociados de la misma manera mantendrán un STICKERS que los identificara con nosotros.

#### **Proceso.**

Para entregar un servicio adecuado cada uno de los acuerdos que se planea mantener debe ser guiado y acordado con nuestros proveedores y los dealers en base a políticas del servicio, lo que permitirá cumplir con las expectativas de nuestros clientes en tiempo y costo para entregar la mejor experiencia a nuestros usuarios.

PRECIO	PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD
▽ Mantener precios accesibles	▽ Mejorar las seguridades de la
▽ Mantener varias opciones de pago.	aplicación evitando puertas traseras
▽ Reducir los precios en comparación	o vulnerabilidad en la plataforma.
con las empresas internacionales.	▽ Uso de incentivos para los
	repartidores por metas alcanzadas.
PLAZA	PROMOCION

- ▽ Apertura de nuevos canales de distribución.
- ▽ Sectorizar los repartidores
- ▽ Establecer alianzas estratégicas con una variedad de establecimientos afiliados a la plataforma.
- ▽ Generar al consumidor satisfacción al entregar un buen servicio logrando posicionarnos en su mente como la mejor opción.
- ▽ Crear vínculos empresariales con los centros de comercialización más importantes dentro del cantón Milagro.

#### PUBLICIDAD

#### PRESENTACION

- ▽ Publicidad digital, página web, redes sociales
- ▽ Publicidad Medios de Transporte: se plantea bandear medios de transporte mediano para que su recorrido haga reconocer la marca así como una campaña de expectativa en motocicletas
- ▽ Manejar correctamente la identidad corporativa haciendo que nuestro servicio sea llamativo.
- ▽ Utilizar colores llamativos que identifiquen nuestra imagen corporativa.

#### PERSONAL

#### PROCESO

- ▽ Mantener canales digitales de comunicación directa con los clientes.
- ▽ Mantener canales de comunicación directa con los establecimientos afiliados mediante emailing.
- ▽ Establecer campañas publicitarias directas con los clientes para que exista
- ▽ Se generarán y distribuirán manuales de procedimientos para el óptimo funcionamiento del servicio tanto para repartidores como para establecimientos asociados.
- ▽ Se realizaran campañas publicitarias de concientización por un servicio

una retroalimentación del usuario hacia nosotros y de nosotros hacia el usuario. de respeto y cordialidad

#### **2.4.2. Estructura competitiva: Análisis 5 fuerzas de Porter**

Esta herramienta es fundamental y eficaz para identificar a la competencia de una empresa para identificar sus puntos susceptibles o que impliquen que esta pueda reducir su capacidad para generar beneficios, permitiendo obtener un punto de vista estratégico para determinar la posición de una empresa frente al mercado y como luchar con la competencia. (50Minutos.es, 2016).

#### **2.4.3 Logotipo**

##### **Colores Corporativos:**

La empresa OKI Entregas, considera como parte de su representación los colores que se describen:

**celeste cian**, en el nombre y slogan del negocio, debido a que el color representa frescura y ligereza a su vez es un color representativo de pureza y transparencia, tal y como se desarrollan las actividades y operaciones de la empresa. **Naranja**: Representativo como color combinable ajustado al color celeste, irradia creatividad y la felicidad de los propósitos de la empresa, este tipo de tonalidad toma enfoque para el consumidor joven generalmente llama su atención. **Amarillo**: Refleja positivismo, conocimiento y perseverancia, el color es impactante y llama la atención por ser llamativo. (Fantoni, 2008)

#### **2.4.4 Slogan**

**Lo que sea te lo llevamos:** Se basa en brindar la seguridad y disposición de nuestra empresa hacia los clientes, generando sentimientos de apoyo y seguridad.

### **CAPÍTULO 3**

## **3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS**

### **3.1. Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio**

#### **3.2.1 Pasos para utilizar la aplicación interfaz repartidores**

- 1) Ingresa a la plataforma de Oki entregas
- 2) Selecciona la opción repartidores
- 3) selecciona los horarios y punto de la ciudad en donde deseas colaborar
- 4) Selecciona la campana de estado Activo
- 5) Se enviarán notificaciones de pedidos cercanos al punto de ciudad que el repartidor eligió y si está interesado realiza el pedido.
- 6) La plataforma dispone de un botón de auto aceptación de pedidos que implica que automáticamente aceptara pedidos lo cual ayuda a incrementar los ingresos del repartidor.

#### **3.2.2 Pasos para utilizar la aplicación interfaz clientes**

- 1) Ingresa a la plataforma de Oki entregas
- 2) Selecciona la opción usuarios o clientes

3) Escoge una clasificación según el tipo de establecimiento que desee encontrar: Tiendas de ropa, Tiendas de regalos, farmacias, ferreterías, Materiales de construcción, o servicio de mudanzas que será un botón autónomo que despliega una página en donde el usuario especifica sus datos como nombres, teléfonos, cedula y dirección donde desea adquirir el servicio de oki entregas.

4) El usuario elige los artículos y confirma la compra

5) Automáticamente la aplicación notifica ese pedido a los dealers o repartidores para que posteriormente el artículo sea entregado de manera rápida y segura.

### **3.2. Instalaciones**

La empresa ‘‘Oki Entregas’’ por pertenecer al área de servicios se manejará de manera virtual en su mayoría existiendo una matriz de 25 metros cuadrados, que constará de áreas administrativas las mismas que se encuentran divididas en: Departamento de Producción, Seguridad Informática y soporte web, Departamento de Contabilidad y Finanzas, Departamento de Marketing y Departamento de Recursos Humanos.

### **3.3. Maquinarias Y Equipo Con Sus Respective Costos**

Dado La Naturaleza De Nuestro Proyecto Que Pertenece Al Área De Servicios Intangibles, Para La Creación De La Plataforma Web De Fácil Transformación A Dispositivos Móviles Se Necesitó Contratar Una Empresa De Desarrollo Web Cuyos Costos Se Indican En La Tabla:4 Que Observamos A Continuación.

### **3.4.Localización del negocio: macro y micro localización**

La oficina matriz de ‘‘Oki Entregas’’ se ubicará en la ciudad de Milagro misma donde se administrará el negocio.

**Ubicación Macro:** Oki entregas se encuentra ubicado en la zona urbana de la ciudad de Milagro, Ecuador, Provincia del Guayas.

**Ubicación Micro:** Oki entregas se ubicará en las calles 9 de octubre y 24 de mayo que pertenecen al casco comercial de la ciudad.

## **CAPÍTULO 4**

### **4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

#### **4.1. Tipo de organización**

“Oki entregas” pertenece al tipo de compañía de responsabilidad Limitada con un numero de dos socios que son los originarios de la idea de negocio, la actividad comercial que desempeña la compañía pertenece al sector de comercio electrónico tratándose de un servicio que se ofrece por medio de una plataforma móvil web.

#### **4.2. Estructura organizacional**

La estructura organizacional de oki entregas está conformada por cuatro departamentos de nivel medio que está a cargo de la alta gerencia ubicada en el departamento de Dirección General, estos departamentos están distribuidos: Departamento de contabilidad y finanzas cuya nómina de empleados está conformada por un contador general y un asistente Contable, Departamento de Marketing a cargo del Jefe del departamento, al igual que el departamento de Recursos Humanos y Departamento de Soporte técnico y seguridad Informática que también están a cargo de los jefes departamentales de cada área.

Cabe destacar que, si bien es cierto que los dealers o repartidores forman parte del servicio, pero no forman parte de la estructura organizacional y nómina de la empresa dado que oki entregas pertenece al tipo de servicio de economía colaborativa.

## CAPÍTULO 5

### 5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

#### 5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento

##### **2** Compañías De Responsabilidad Limitada

##### **Requisitos:**

**El nombre.** – “En esta variedad de compañías puede fundamentarse en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Debe ser aprobado por la Secretaría General de la **7** Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que fue designado para ello en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Loja” (Art. 92 la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008, 2017)

##### **Socios**

**Números mínimo y máximo de socios.** – “La compañía se compondrá de dos socios, como mínimo y **2** con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse” (Artículo 92 de la Ley de Compañías, 2006)

**Capital mínimo.** – “La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación” (SUPERCIAS)

## Obtención Del Ruc

Es una herramienta obligatoria para toda la persona que realizan una actividad comercial cuya función es identificar y registrar al contribuyente para proporcionar información tributaria.

### Requisitos Sociedades

- <sup>4</sup> Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo. (Servicio de Rentas Internas, s.f.)

### <sup>5</sup> Patente municipal

“Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el Milagro, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.” (GAD Municipal Milagro., <sup>3</sup>2016)

- Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
- RUC o RISE actualizado.
- Formulario lleno de Patente de comerciante como persona natural o jurídica
- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
- <sup>5</sup> Certificado de seguridad de cuerpo de bomberos

- Nominación del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año. (GAD Municipal Milagro., 2016)

### **Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos**

“Los establecimientos están obligados a obtener un certificado que provee el cuerpo de bomberos cuyo requisito es haber obtenido un extintor para recargarlo anualmente, el tamaño y número de los extintores depende de las dimensiones que tenga la empresa.”

#### **Requisitos:**

- Copia y original de compra o recarga de extintor año vigente.
- Copia nítida del RUC o RISE actualizado.
- Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
- Nombramiento del representante legal si es compañía.
- Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
- Especificar dimensiones del local (Benemérito Cuerpo de Bomberos, 2018)

“En su artículo 60, Falsificación electrónica establece que Son reos de falsificación electrónica la persona o personas que con ánimo de lucro o bien para causar un perjuicio a un tercero, utilizando cualquier medio, alteren o modifiquen mensajes de datos, o la información incluida en éstos, que se encuentre contenida en cualquier soporte material, sistema de información o telemático...” (Ley Organica de Comunicación, 2019)

“En su artículo 61, Daños informáticos establece el que dolosamente, de cualquier modo, o utilizando cualquier método, destruya, altere, inutilice, suprima o dañe, de forma temporal o

definitiva, los programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de datos contenido en un sistema de información o red electrónica, será reprimido con prisión de seis meses a tres años y multa de sesenta a ciento cincuenta dólares de los Estados Unidos de Norteamérica...”

“En su artículo 62, Apropiación ilícita expresa que serán reprimidos con prisión de seis meses a cinco años y multa de quinientos a mil dólares, los que utilizaren fraudulentamente sistemas de información o redes electrónicas, para facilitar la apropiación de un bien ajeno, o los que procuren la transferencia no consentida de bienes, valores o derechos de una persona, en perjuicio de ésta o de un tercero, en beneficio suyo o de otra persona alterando, manipulando o modificando el funcionamiento de redes electrónicas, programas informáticos, sistemas informáticos, telemáticos o mensajes de datos...” (Ibid)

“En su artículo 49, Título <sup>6</sup> III De los derechos de los usuarios y consumidores de servicios electrónicos expresa el Consentimiento para el uso de medios electrónicos, establece que de requerirse que la información relativa a un servicio electrónico, incluido el comercio electrónico, deba constar por escrito, el uso de medios electrónicos para proporcionar o permitir el acceso a esa información, será válido si:” (Ley Organica de Comunicación, 2019)

“a) El consumidor ha consentido expresamente en tal uso y no ha objetado tal consentimiento.

b) El consumidor en forma previa a su consentimiento ha sido informado, a satisfacción, de forma clara y precisa, sobre:

1. Su derecho u opción de recibir la información en papel o por medios no electrónicos;

<sup>1</sup>  
2. Su derecho a objetar su consentimiento en lo posterior y las consecuencias de cualquier tipo al hacerlo, incluidas la terminación contractual o el pago de cualquier tarifa por dicha acción;

3. Los procedimientos a seguir por parte del consumidor para retirar su consentimiento y para actualizar la información proporcionada; y,

4. Los procedimientos para que, posteriormente al consentimiento, el consumidor pueda obtener una copia impresa en papel de los registros electrónicos y el costo de esta copia, en caso de existir”. ” (Ley Organica de Comunicación, 2019)

“Información al consumidor en su artículo 50, expresa que, <sup>1</sup> en la prestación de servicios electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones, de conformidad con lo 23 previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento”. ” (Ley Organica de Comunicación, 2019)

## **5.2. Descripción del impacto ambiental**

El cuidado del ecosistema es un tema crucial para las personas, razón de peso para que nuestra empresa asuma su responsabilidad ambiental, nuestro proyecto pertenece a la categoría dos según el (Ministerio del Ambiente, 2018) que es considerado de bajo impacto ambiental que se genera por la contaminación electromagnética que produce el uso de Wifi, teléfonos inalámbricos y antenas móviles utilizados para navegar en nuestra plataforma web.

## **5.3. Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación)**

“Oki entregas” se preocupa por el medio ambiente promoviendo su cuidado y preservación, estamos comprometidos a retribuir el impacto ambiental que causamos.

## **CAPÍTULO 6**

### **6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO**

#### **6.1. Inversión y fuente de financiamiento**

El total de la inversión está estructurado por la suma de los activos fijos que corresponden al equipo de oficina y equipo de computación que se invirtió para crear la oficina matriz de “Oki entregas”, Activos diferidos que corresponde a los Gastos de Constitución e instalación necesarios para poner en marcha el negocio, Activos Intangibles que corresponde a la inversión intangible necesaria para la creación de la plataforma web de fácil transformación a dispositivos móviles.

##### **6.1.1. Activos Fijos**

Para iniciar el proyecto se invierte en activos Fijos necesarios para poner en marcha la empresa con un total de \$28.212 los mismos que están clasificados en equipo de oficina equipo de cómputo de todos los departamentos de la empresa, valor que corresponde a activos fijos, la inversión diferida es aquella destinada a los permisos necesarios para el funcionamiento de la empresa, así como los gastos de instalación correspondiente a la matriz y activos intangibles.

##### **6.1.3 Capital de Trabajo**

El aporte de los socios de Oki entregas es menor en comparación del total a invertir con un valor de \$20.000.

#### **6.1.4. Tabla de Amortización**

Se realiza un préstamo bancario que corresponde al 63% del total de inversiones el cuadro de amortización se realizó en base a una tasa anual de 15%, y un interés mensual de 1,25%, financiamiento realizado a un plazo de 60 meses o 5 años plazo por un valor de \$16.936,00.

La inversión total está distribuida en un 63% de financiamiento que corresponde al préstamo bancario amortizado en la tabla.13 y un 37 % por aporte propio generando una inversión total de \$26.936,00.

#### **6.1.5 Depreciación**

La depreciación de los activos fijos de la compañía genera un total de 4.263,63 lo cual permite la disminución del costo histórico de los activos fijos para así determinar con certeza la valoración del activo con el paso del tiempo, determinado en base a su tiempo de vida estipulado en la ley.

Cabe destacar que los vehículos utilizados para repartir no forman parte del activo fijo de la compañía dado que oki entregas es un tipo de negocio de economía colaborativa en donde uno de los requisitos para repartir es contar con un vehículo. La distribución de utilidad se realiza de la siguiente manera:

Los servicios de carga liviana que son (Pedido simple, establecimiento afiliado y no afiliado) generan un costo de 0,99 ctv. con un precio de venta de \$3 de los cuales le distribuye \$1 para los dealers por entrega en la ciudad de Milagro y \$1,01 para nuestra empresa.

Para el servicio de carga pesada el costo de venta es 0,99 mientras que el precio de venta es de \$20,00 de los cuales \$15,00 son para los dueños de los camiones y \$ 4,01 correspondan

a la utilidad para la empresa, además podemos observar que el servicio de carga pesada permite a la empresa obtener mayor utilidad en relación a los demás servicios.

## **6.2. Proyección de Ingresos**

La compañía ok entregas desarrolla un servicio enfocado a la compra y entrega expres que se adquiere mediante una plataforma web adaptable a teléfonos móviles y dado que se trata de un tipo de emprendimiento del futuro es decir dirigido por la corriente de comercio electrónico, además de ser innovador su nivel de aceptación es mayor y dado que la empresa invirtió en campañas de Marketing para promover el producto.

## **6.3. Proyección de egresos**

### **6.3.1. Mano de Obra Directa**

La mano de obra directa de "Oki entregas" corresponde a los sueldos de los empleados directamente relacionados con la realización de la plataforma y del servicio en general como lo son el jefe de soporte técnico y seguridad informática.

Para el servicio de entrega a establecimientos no afiliados a la plataforma se requiere de una persona encargada de realizar las compras a esas tiendas que ya sea por ser nuevas o informales no constan en la plataforma, ese sueldo al estar directamente relacionado con el servicio forma parte de nuestra mano de obra directa.

### **6.3.4. Costos Indirectos**

#### **6.3.4.1 Gastos administrativos**

Este cuadro presenta los sueldos percibidos de acuerdo a la estructura organizacional de la empresa y el sueldo que percibe cada empleado de "Oki entregas" según lo estipulado por

la ley y en base a la formación profesional que tiene cada uno, cabe destacar que en el caso de los dejarles o ayudante de entregas el pago se realiza bajo la modalidad de comisionistas ellos no pertenecen a la nómina de la empresa sin embargo perciben ingresos proporcionales a la cantidad de entregas que realicen, la comisión es de 1,00 dólares por entrega.

## **CAPÍTULO 7**

### **7. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **7.1. Estado de situación inicial**

El balance inicial de la compañía refleja una situación financiera estable para la empresa al inicio de sus actividades, con activos por un valor de \$26.942,96 mayores que los pasivos con un valor de \$ 16.942,96 el restante equivale al monto de \$10.000,00 que forma parte del capital de la empresa.

#### **7.2. Estados Financieros Proyectados**

##### **7.2.1. Balance General Proyectado**

El balance refleja principalmente que los activos corrientes van en incremento esto se debe a que son alimentados por la cuenta caja bancos y a medida que se aumenten las ventas aumentara el nivel de liquidez en la empresa, por otro lado, los activos son menores a los pasivos reflejando que la situación financiera de la empresa es buena y las inversiones realizadas estarán dando resultado los próximos años.

##### **7.2.2 Estado de Resultados Proyectado**

La compañía muestra en sus diferentes periodos un buen margen de utilidad esto se debe a que los costos representan un valor inferior a los ingresos por ventas lo cual refleja el equilibrio financiero de la empresa, además los valores reflejados en os costos indirectos representan un óptimo manejo de la administración, por último, la utilidad del ejercicio

refleja valores positivos, se ha proyectado un incremento anual del 5% para las ventas lo cual será favorable para la empresa.

### **7.3. Flujo de caja Proyectado**

Los valores que refleja el flujo de caja son positivos dado que los valores que egresan son inferiores a los que ingresan debido a la gran acogida del servicio y al poco gasto que genera la empresa.

### **7.4. Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)**

En análisis pay back refleja que la inversión efectuada se recuperara al tercer año, indicando una buena administración y la toma de decisiones adecuadas lo que indica que existe una correcta administración.

El proyecto de inversión ‘‘ Oki entregas’’ refleja un van positivo con un valor de \$4.567 lo que indica que el proyecto generara riqueza más allá del retorno del capital que se invirtió.

La TIR nos refleja el rendimiento o rentabilidad máximo que ofrece invertir en el proyecto ‘‘ oki entregas’’ reflejando una tasa de 34% que es positivo para el proyecto ya que indica que este podrá soportar un rendimiento real de hasta del 17%.

#### **7.4.1. Ratios Financieros**

El indicador Dupont refleja un 79% lo que nos dice que la empresa está alcanzando buenos resultados y el cumplimiento de sus objetivos, respecto a la Rotación de Activos manifiesta la eficiencia que tiene la empresa en utilizar los activos para generar más ventas, estos indicadores permiten a la empresa determinar su eficiencia analizando que factores deben mejorar para así incrementar su rentabilidad.

### **7.5. Análisis de sensibilidad**

Se destina realizar el respectivo análisis de sensibilidad en base a 3 escenarios que presentan incrementos y disminución en cuanto a su incremento anual, este tipo de análisis permite determinar las ventajas y desventajas de la economía del proyecto y así conocer su rendimiento y viabilidad en un determinado momento.

Las variables propuestas pueden representar éxito o fracaso, se observa que al efectuarse un incremento del 7% el impacto no es tan distinguible y aumenta el TIR un 5%, mientras que si las ventas aumentan en un 13 % el TIR aumenta 10 puntos, de igual forma que si en el caso que las unidades vendidas presentan una disminución el TIR se refleja en negativo lo que es un riesgo para la empresa este escenario es totalmente desfavorable, se puede decir que el precio es la variable que más influye.

### **CONCLUSIONES**

Es importante realizar el plan de negocios antes de la puesta en marcha de un proyecto ya que nos permite examinar la viabilidad financiera, conocer nuestra competencia, así como nuestros posibles consumidores o mercado potencial permitiendo desarrollar las mejores estrategias para potenciar un producto o servicio haciendo que cause mayor impacto permitiendo a la empresa aumentar sus posibilidades de éxito, tener sus metas claras y alcanzar sus objetivos.

Oki entregas aprovecha la tendencia al uso de la tecnología para introducir en el mercado un nuevo servicio que provea comodidad, accesibilidad eficiencia a nuestro cliente a la hora de realizar sus compras brindándoles tranquilidad y bienestar personal.

El servicio de oki entregas permite que nuestro cliente puedan adquirirlo con facilidad ya que realiza mediante la accesibilidad de una plataforma web logrando una experiencia

positiva y brindado la seguridad necesaria a nuestros clientes lo que lo convierte en una alternativa factible y atractiva para invertir.

# Plan de negocio Jonathan

## INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[repositorio.ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec)

Fuente de Internet

3%

2

[docplayer.es](http://docplayer.es)

Fuente de Internet

1%

3

[repositorio.ulvr.edu.ec](http://repositorio.ulvr.edu.ec)

Fuente de Internet

1%

4

Submitted to Universidad Internacional de la Rioja

Trabajo del estudiante

1%

5

Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS

Trabajo del estudiante

1%

6

[repositorio.ucsg.edu.ec](http://repositorio.ucsg.edu.ec)

Fuente de Internet

1%

7

[megalex-ec.blogspot.com](http://megalex-ec.blogspot.com)

Fuente de Internet

1%

8

[prezi.com](http://prezi.com)

Fuente de Internet

<1%

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 19 words

Excluir bibliografía

Activo