



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y**  
**DERECHO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN**  
**DEL TÍTULO DE LICENCIADO (A) EN GESTION EMPRESARIAL**

**EMPRENDIMIENTO**

**TEMA: Plan de Negocios para la creación de una Plataforma de servicios  
de compra y entrega de productos online llamada “Oki entregas”**

**Autores:**

Sra. López Ortiz Johanna Jacqueline  
Sr. Samaniego Peñafiel Jonathan Gerardo

**Tutor:**

Phd. Erika Romero Cárdenas

**Milagro, 31 de Octubre 2019**

**ECUADOR**

## DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

**RECTOR**

**Universidad Estatal de Milagro**

Presente.

Yo, López Ortiz Johanna Jacqueline en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Modelos De Desarrollo Local Ajustados A Los Enfoques De La Economía Popular Y Solidaria; Y Sostenibilidad (Emprendimiento) 2019 , de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

López Ortiz Johanna Jacqueline

Autor 1

C.I: 0920949484

Milagro, 31 de octubre de 2019

## DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

**RECTOR**

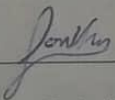
**Universidad Estatal de Milagro**

Presente.

Yo, Samaniego Peñafiel Jonathan Gerardo en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Modelos De Desarrollo Local Ajustados A Los Enfoques De La Economía Popular Y Solidaria; Y Sostenibilidad (Emprendimiento) 2019 , de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



---

Samaniego Peñafiel Jonathan Gerardo

Autor 2

C.I: 0940128796

Milagro, 31 de octubre de 2019

## APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO

Yo, Romero Cárdenas Erika Jadira en mi calidad de tutor del Emprendimiento, elaborado por los estudiantes López Ortiz Johanna Jacqueline y Samaniego Peñafiel Jonathan Gerardo , cuyo tema de trabajo de Titulación es Plan De Negocio Para La Creación De Una Plataforma De Servicio De Entrega, que aporta a la Línea de Investigación Modelos De Desarrollo Local Ajustados A Los Enfoques De La Economía Popular Y Solidaria; Y Sostenibilidad previo a la obtención del Grado Licenciado (A) En Gestión Empresarial; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 31 de octubre de 2019



Romero Cárdenas Erika Jadira

Tutor

C.I: 0916577067

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. Romero Cárdenas Erika Jadira

MAE. Medina Hinojosa Deysi Janet

MAE. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADA EN GESTION EMPRESARIAL presentado por la estudiante López Ortiz Johanna Jacqueline

Con el tema de trabajo de Titulación: Plan De Negocio Para La Creación De Una Plataforma De Servicio De Entrega.

Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

Estructura [ 70 ]


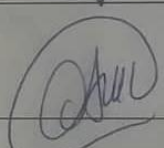
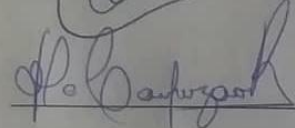
Defensa oral [ 30 ]

Total [ 100 ]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado

Fecha: 31 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellido			Firma
Presidente	Romero	Cárdenas	Erika	
	Jadira			
Secretario (a)	Medina	Hinojosa	Deysi	
	Janet			
Integrante	Campuzano	Rodríguez	María	
	Auxiliadora			

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. Romero Cárdenas Erika Jadira

MAE. Medina Hinojosa Deysi Janet

MAE. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADO EN GESTION EMPRESARIAL presentado por el estudiante Samaniego Peñafiel Jonathan Gerardo

Con el tema de trabajo de Titulación: Plan De Negocio Para La Creación De Una Plataforma De Servicio De Entrega..

Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

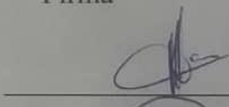

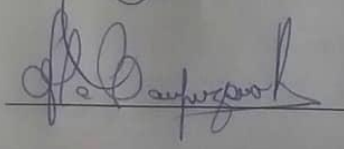
Estructura	[ 70 ]
Defensa oral	[ 30 ]
Total	[ 100 ]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

Aprobado

Fecha: 31 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	Romero	Cárdenas	Erika	
Secretario (a)	Medina	Hinojosa	Deysi	
Integrante	Campuzano	Rodríguez	María Auxiliadora	

## **DEDICATORIA**

A Cristo quien me ha consagrado la eficiencia necesaria y las fuerzas para culminar con éxito una de mis metas, a mis padres quienes han sido el pilar importante en mi existencia, a mi esposo que siempre ha luchado junto a mí y a todos quienes siempre me ofrecen su encanto y patrocinio simpatizante ayunándome a seguir adelante y a no rendirme, a mis hermanos quienes me han recomendado y deseado éxito en todo momento de mi vida.

**Johanna López Ortiz**

Este trabajo se lo dedico primeramente a Dios por permitirme lograr llegar a este punto de mi existencia tan especial, a mis padres Wilson Samaniego Bohorquez y Mercedes Peñafiel Alvarado que me enseñaron el coraje y los valores necesarios que me empujaron a superarme y alcanzar mis metas durante el trayecto recorrido para convertirme en un profesional y a los docentes que en cada semestre aportaron saberes permitiéndome el progreso y desarrollo de mi carrera.

**Jonathan Samaniego Peñafiel**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme admitido resistir inclusive aquí y protegerme durante todo el trayecto, dándome las fuerza e instrucciones necesarias. Expreso mi total compromiso y agradecimiento hacia a mis padres por todo el amparo cuidados amor y respeto simpatizante que me brindaron para citar con este cometido, a mi amado esposo por su apoyo incondicional, a mi estimada tutora que estuvo presente con su ayuda durante el desarrollo de mi labor haciéndome las correcciones pertinentes. Por último, quiero reconocer a todos y a cada una de las personas las cuales de una u otra forma se hicieron presentes con sus consejos y platicas que fueron de mucha ayuda para mí.

**Johanna López Ortiz**

A Dios por protegerme y darme el ímpetu necesario para triunfar ante los obstáculos que se presentaron en el camino. A mi madre quien con su ejemplo me ha expuesto que no se debe dar por vencido ante la vida siempre brindándome consejos que me ayudan a fructificar mi camino. A mi padre quien me ha instruido y me ha enseñado que las cosas se las gana se las gana luchando por ellas, a mis hermanos quienes han estado cerca de mí en todo momento.

**Jonathan Samaniego Peñafiel**



# ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
DERECHOS DE AUTOR.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO .....	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR .....	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR .....	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA .....	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XV
RESUMEN.....	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
INTRODUCCIÓN .....	1
1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO .....	3
<b>1.1. Descripción del negocio</b> .....	3
<b>1.2. Misión</b> .....	4
<b>1.3. Visión</b> .....	4
<b>1.4. Objetivo General</b> .....	4
<b>1.5. Objetivos Específicos</b> .....	5

<b>1.6. FODA</b> .....	5
<b>2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN</b> .....	7
<b>2.1. Análisis del mercado</b> .....	7
<b>2.1.1. Mercado de Consumo</b> .....	7
<b>2.2. Análisis de la demanda</b> .....	7
<b>2.2.1. Segmentación del Mercado</b> .....	8
<b>2.2.2. Potencial de Mercado</b> .....	9
<b>2.2.3. Identificación y caracterización de la oferta</b> .....	9
<b>2.2.4. Pedido a establecimiento afiliado</b> .....	10
<b>2.2.5. Pedido a establecimientos no afiliados</b> .....	10
<b>2.2.6. Pedidos de carga pesada</b> .....	10
<b>2.2.7. Ventaja competitiva</b> .....	10
<b>2.3. Investigación de Mercado</b> .....	11
<b>2.3.1. Tamaño</b> .....	11
<b>2.4. Plan de Marketing</b> .....	20
<b>2.4.1. Estrategias de Marketing</b> .....	20
<b>2.4.2. Estructura competitiva: Análisis 5 fuerzas de Porter</b> .....	28
<b>2.4.3 Logotipo</b> .....	30
<b>2.4.4 Slogan</b> .....	30
<b>2.4.5 Costos del Plan de Marketing</b> .....	31
<b>3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS</b> .....	31
<b>3.1. Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio</b> .....	31
<b>3.2. Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse</b> .....	32
<b>3.2.1 Pasos para utilizar la aplicación interfaz repartidores</b> .....	32
<b>3.2.2 Pasos para utilizar la aplicación interfaz clientes</b> .....	32
<b>3.2. Instalaciones</b> .....	33
<b>3.3. Maquinarias Y Equipo Con Sus Respective Costos</b> .....	34
<b>3.4. Localización del negocio: macro y micro localización</b> .....	35
<b>4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO</b> .....	37

4.1. Tipo de organización .....	37
4.2. Estructura organizacional .....	37
4.3. Funciones y responsabilidades .....	39
4.4. Flujo de procesos administrativo .....	46
4.5. Instalación, equipos y maquinarias para el personal administrativo .....	47
5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL .....	48
5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento .....	48
5.2. Descripción del impacto ambiental .....	52
5.3. Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación) .....	53
6.1. Inversión y fuente de financiamiento .....	54
6.1.1. Activos Fijos .....	54
6.1.2. Activos Intangibles .....	55
6.1.3. Capital de Trabajo .....	56
6.1.4. Tabla de Amortización .....	56
6.1.5. Depreciación .....	59
6.2. Proyección de Ingresos .....	61
6.3. Proyección de egresos .....	63
6.3.1. Costos Directos .....	63
6.3.2. Insumos Directos .....	65
6.3.3. Mano de Obra Directa .....	65
6.3.4. Costos Indirectos .....	66
7. ESTUDIO FINANCIERO .....	67
7.1. Estado de situación inicial .....	67
7.2. Estados Financieros Proyectados .....	68
7.2.1. Balance General Proyectado .....	68
7.2.2. Estado de Resultados Proyectado .....	69
7.3. Flujo de caja Proyectado .....	70
7.4. Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros) .....	72
7.4.1. Ratios Financieros .....	73
7.5. Análisis de sensibilidad .....	73

CONCLUSIONES .....	74
RECOMENDACIONES .....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	76

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Rango de edad de los encuestados .....	12
Ilustración 2: Genero de los encuestados .....	12
Ilustración 3: Lugar de residencia de los encuestados .....	13
Ilustración 4: Frecuencia de uso del internet en los encuestados .....	13
Ilustración 5: Actividades según el uso de internet de los encuestados .....	14
Ilustración 6: Uso de Internet Fijo en Hogares o empresa .....	14
Ilustración 7: Operadora de internet.....	15
Ilustración 8: Cantidad de personas que compran o solicitan servicios por internet .....	15
Ilustración 9 : Frecuencia de Compras en internet.....	16
Ilustración 10 : Tipo de productos adquiridos en internet.....	16
Ilustración 11: Marca de celular preferida .....	17
Ilustración 12: Cantidad de personas que tienen plan con acceso a internet móvil .....	17
Ilustración 13: Operadoras de Telefonía más usadas .....	18
Ilustración 14: Nivel de aceptación de servicios de compras express.....	18
Ilustración 15:Nivel de aceptación de un servicio digital de compras express .....	19
Ilustración 16: Plataforma web con portabilidad a dispositivos móviles.....	21
Ilustración 17: Interfaz para Teléfonos Móviles .....	22
Ilustración 18: Redes Sociales Oki entregas .....	23
Ilustración 19: Diseño de Branding para medios de carga pesada.....	23
Ilustración 20: Diseño de Brandig para motos .....	24
Ilustración 21:Diseño de Mochila para entregas .....	24
Ilustración 22. OKI.....	25

Ilustración 23: Stikers para aplicación Branding .....	25
Ilustración 24. Stikers.....	25
Ilustración 25: Diseño de Branding para establecimientos afiliados .....	26
Ilustración 26. Diseño del Negocio .....	26
Ilustración 27: 5 fuerzas de Porter .....	29
Ilustración 28: Logotipo de la empresa .....	30
Ilustración 29: Diagrama de Flujo Proceso de compra y entrega de Productos.....	31
Ilustración 30: Matriz de Oki entregas .....	33
Ilustración 31: Descripción Macro.....	35
Ilustración 32:Descripción Micro .....	35
Ilustración 33:Organigrama funcional de Oki Entregas.....	38
Ilustración 34:Flujgrama de proceso de Soporte Técnico y Soluciones .....	46

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz FODA .....	5
Tabla 2: Estrategias de Marketing Mix .....	27
Tabla 3: Costos de implementación de estrategias de Marketing Mix .....	31
Tabla 4: Materia Prima para creación de la plataforma web.....	33
Tabla 5: Maquinaria y equipo personas dedicadas a la plataforma parte operativa.....	34
Tabla 6. Funciones de Gerente General .....	39
Tabla 7. Funciones de Contador.....	40
Tabla 8. Funciones de Asistente Contable .....	41
Tabla 9. Funciones de Ayudante .....	42
Tabla 10. Funciones de Encargo dpto. Marketing. ....	43
Tabla 11. Funciones de Jefe RRHH.....	44
Tabla 12. Funciones de Jefe de Dpto. Seguridad informática y Soporte Técnico .....	45
Tabla 13: Costos equipo de cómputo del personal administrativo .....	47
Tabla 14. Impacto Ambiental Causado .....	52
Tabla 15. Plan de Compensación .....	53
Tabla 16: Plan de Mitigación .....	53
Tabla 17: Activos Fijos .....	54
Tabla 18: Desglose de Gastos Pre operacionales.....	55
Tabla 19: Activos Intangibles .....	55
Tabla 20: Capital de Trabajo.....	56
Tabla 21: Amortización de la Deuda .....	57
Tabla 22: Financiamiento del proyecto.....	58

Tabla 23: Distribución de la inversión Total.....	59
Tabla 24: Desglose de depreciaciones .....	59
Tabla 25: Distribución de Utilidades de la empresa y repartidores .....	60
Tabla 26: Proyección de Ventas.....	61
Tabla 27: Costos de Venta de servicios Carga Liviana.....	62
Tabla 28: Costos Servicios Carga Pesada .....	62
Tabla 29:Materia Prima Directa.....	63
Tabla 30: Insumos Directos .....	65
Tabla 31: Mano de Obra Directa.....	65
Tabla 32: Gastos Administrativos .....	66
Tabla 33 : Gastos Generales.....	66
Tabla 34: Estado de Situación Inicial.....	67
Tabla 35: Balance General .....	68
Tabla 36 : Estado de Resultados Proyectado .....	69
Tabla 37: Flujo de Caja Proyectado Año 0 al Año 5 .....	70
Tabla 38: Análisis Pay Back .....	72
Tabla 39 : Análisis de Rentabilidad .....	72
Tabla 40: Ratios de Inversión .....	73
Tabla 41. Análisis de Sensibilidad VAN - TIR.....	73



# **Plan de Negocios para la creación la empresa ‘‘OKI Entregas’’ servicio de compras y entregas online mediante una plataforma web**

## **RESUMEN**

El mundo actual evoluciona a pasos enormes, creando necesidades nuevas, así como soluciones nuevas, esto debido al creciente avance tecnológico que estamos viviendo desde la creación del internet, los dispositivos móviles y lo más importante tal vez la globalización, esto ha logrado que muchas fronteras tanto físicas como tecnológicas que existían desaparezcan, creando un nuevo nivel de conciencia de las personas hacia el consumo de servicios en línea, todo esto ha generado el impulso de nuevos mercados a la vez la creación d servicios que satisfagan esos mercados trabajando bajo la modalidad de economía colaborativa, que consiste en prestar servicios haciendo uso de medios digitales para satisfacer a los clientes.

Que tan rentable y beneficiosos es este modelo de negocio no debemos dejar de lado, que al ser nuevos nichos de mercados, muchos de estos se encuentran todavía fuera del control gubernamental, político, social y económico así como la legalidad de su utilización, ya que no existe los registros que nos permitan avalar su utilización, más allá de esto se encuentra que la implementación de este tipo de negocios a nivel tanto nacional o internacional, al usuario le ha traído una nueva expectativa de lo que busca dentro de servicio , ya que cada vez a ser más exigente.

**PALABRAS CLAVE:** servicios en línea, economía colaborativa, avance tecnológico.

# **Business Plan for the creation of the company “ OKI Deliveries ” online shopping and delivery service through a web platform**

## **ABSTRACT**

The current world evolves in enormous steps, creating new needs, as well as new solutions, this due to the growing technological progress that we are experiencing since the creation of the internet, mobile devices and most importantly perhaps globalization, this has made many borders both physical and technological that existed disappear, creating a new level of awareness of people towards the consumption of online services, all this has generated the momentum of new markets while creating services that satisfy those markets by working under the modality of collaborative economy, which consists of providing services using digital media to satisfy customers.

How profitable and beneficial this business model is, we must not ignore, since being new market niches, many of these are still outside the governmental, political, social and economic control as well as the legality of their use, since There are no records that allow us to guarantee its use, beyond this it is found that the implementation of this type of business at both national or international level, the user has brought a new expectation of what they are looking for in service, since becoming increasingly demanding.

**KEY WORDS:** online services, collaborative economy, technological advancement.

## 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 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 artículo 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.

## **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.

## 1.6. FODA

Tabla 1: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Servicio innovador	Rápida evolución tecnológica	Poco reconocimiento en el mercado	Competencia desleal.
Buena comunicación entre los miembros de la empresa	Alianzas estratégicas	Poco Financiamiento	inconformidad por parte de los clientes.

Variedad en la Línea de entrega de productos	Apertura de nuevos mercados	Poca experiencia en el mercado	Vulnerabilidad en la Plataforma.
Tecnología avanzada con portabilidad a dispositivos móviles.	Tendencia favorable en el mercado	Adaptación al uso de tecnologías	Inestabilidad económica del país

**Fuente:**( Thompson, 1998)

**Elaborado por:** (Autores)



## **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.

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, genero, posición económica, ya que el impacto de aplicación se extiende a todos varios sectores, un ejemplo donde se las 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 receta 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 receptar 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 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)

$$n = \frac{Npq}{(N - 1)E^2} + (p) \times (q)$$

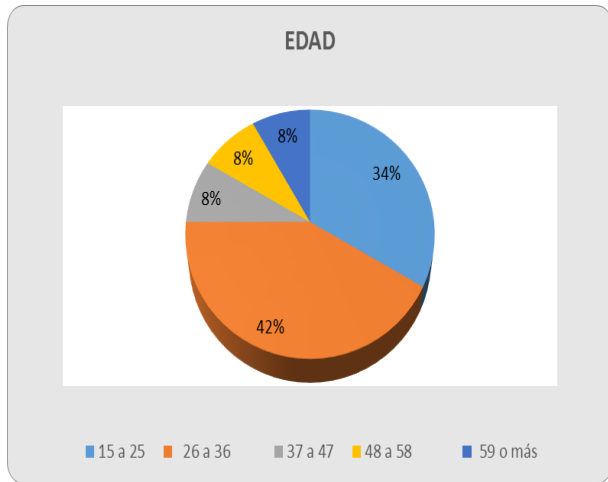
$$n = 383,28 \text{ (Castellanos, 2018)}$$

#### **2.3.2.3 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

Ilustración 1: Rango de edad de los encuestados

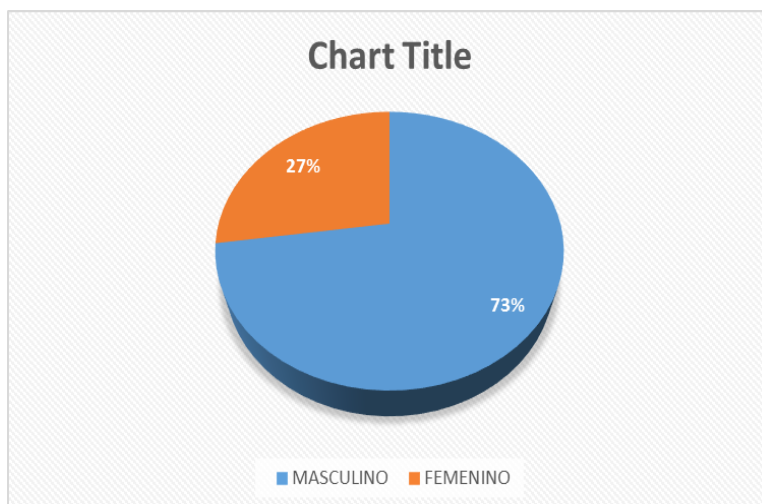


**Elaborado por:** (Autores)

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

Ilustración 2: Genero de los encuestados

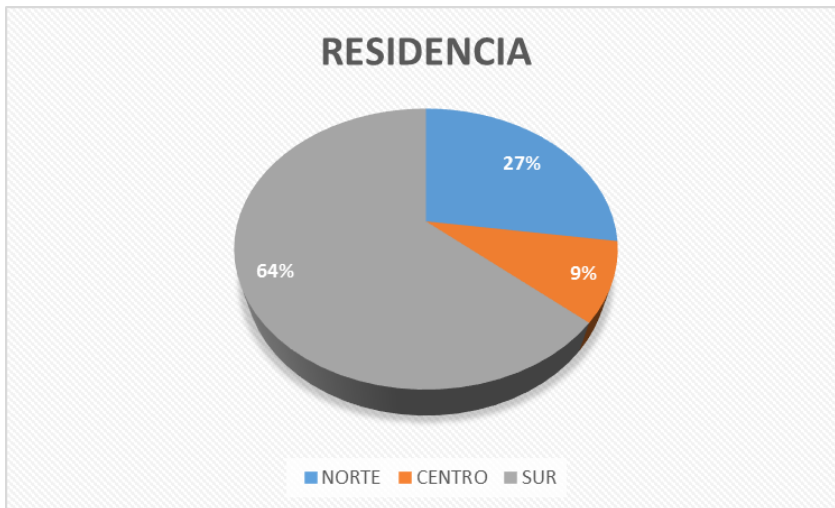


**Elaborado por:** (Autores)

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

### Pregunta 3. Sector donde reside

Ilustración 3: Lugar de residencia de los encuestados

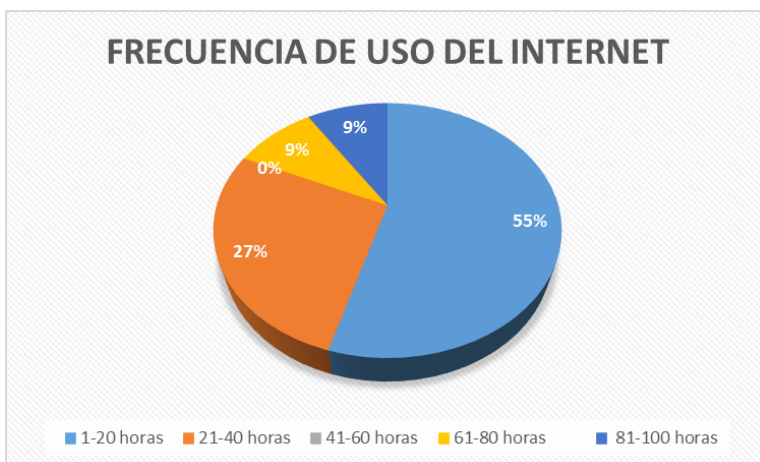


Elaborado por: (Autores)

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?

Ilustración 4: Frecuencia de uso del internet en los encuestados

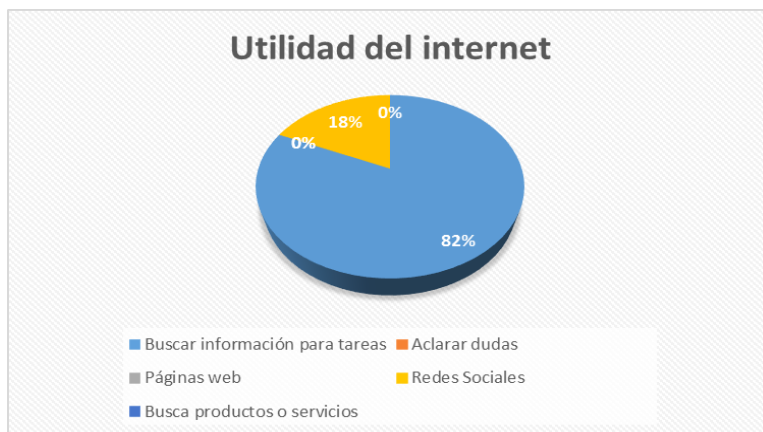


Elaborado por: (Autores)

Según los resultados de la investigación tenemos que el 55% de los encuestados pasan entre q 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?**

*Ilustración 5: Actividades según el uso de internet de los encuestados*

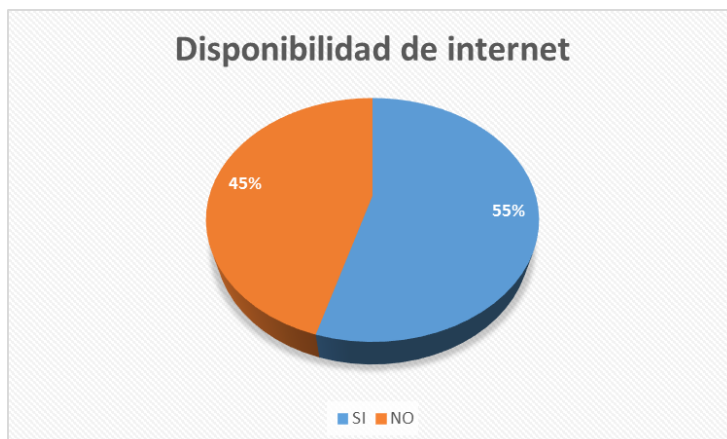


**Elaborado por:** (Autores)

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?**

*Ilustración 6: Uso de Internet Fijo en Hogares o empresa*



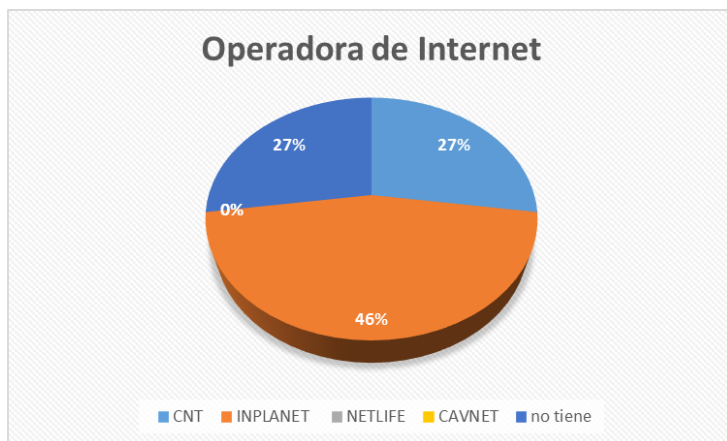
**Elaborado por:** (Autores)



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.**

*Ilustración 7: Operadora de internet*



**Elaborado por:** (Autores)

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?**

*Ilustración 8: Cantidad de personas que compran o solicitan servicios por internet*

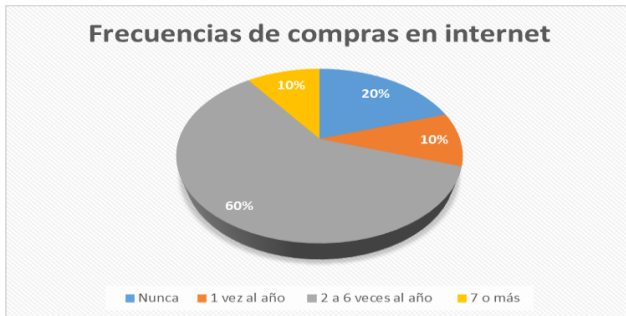


**Elaborado por:** (Autores)

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?**

*Ilustración 9 : Frecuencia de Compras en internet*

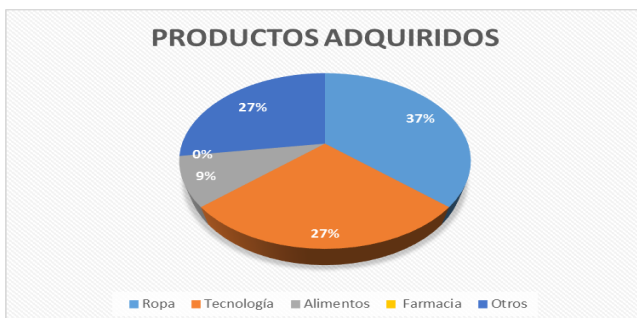


**Elaborado por:** (Autores)

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.**

*Ilustración 10 : Tipo de productos adquiridos en internet*

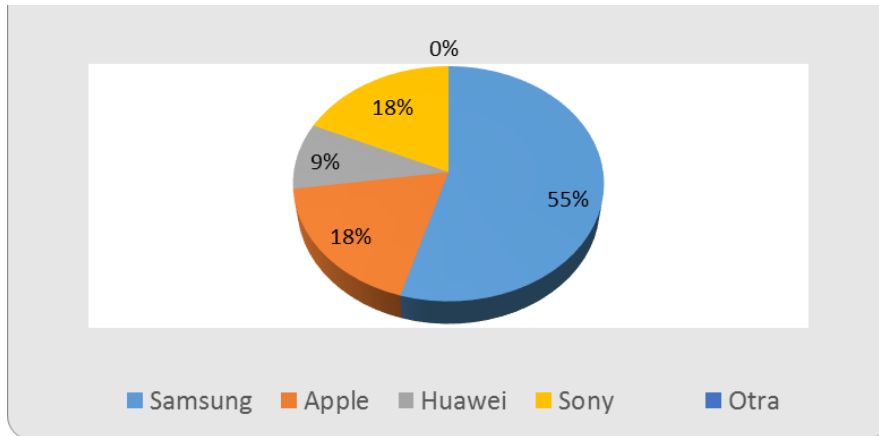


**Elaborado por:** (Autores)

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?

Ilustración 11: Marca de celular preferida

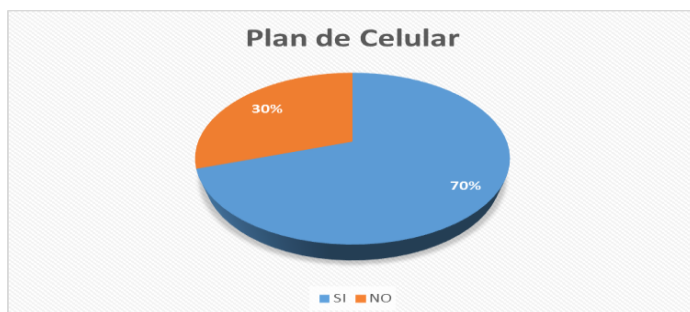


**Elaborado por:** (Autores)

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

Ilustración 12: Cantidad de personas que tienen plan con acceso a internet móvil

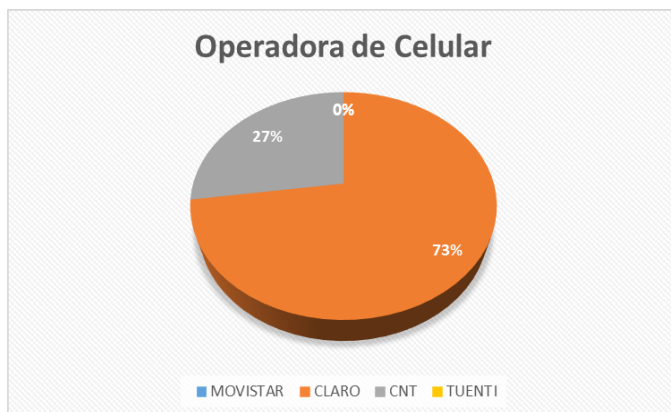


**Elaborado por:** (Autores)

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.**

*Ilustración 13: Operadoras de Telefonía más usadas*

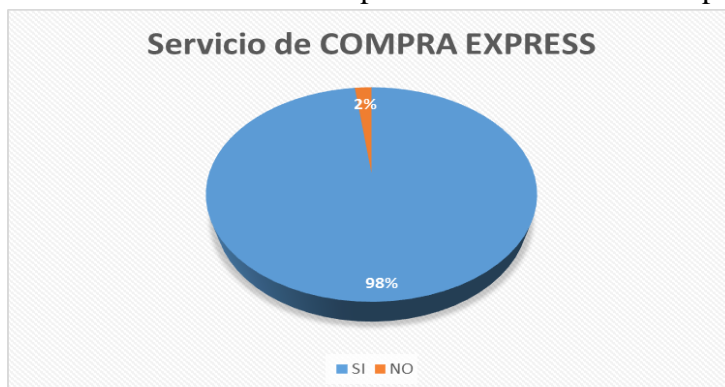


**Elaborado por:** (Autores)

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?**

*Ilustración 14: Nivel de aceptación de servicios de compras express*

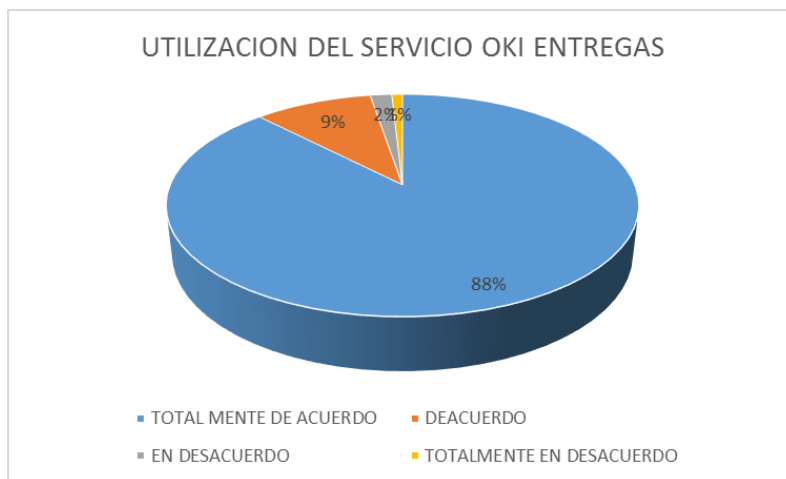


**Elaborado por:** (Autores)

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?**

*Ilustración 15: Nivel de aceptación de un servicio digital de compras express*



**Elaborado por:** (Autores)

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.

*Ilustración 16: Plataforma web con portabilidad a dispositivos móviles*



**Elaborado por:** (Autores)

*Ilustración 17: Interfaz para Teléfonos Móviles*



**Elaborado por:** (Autores)

### **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.

*Ilustración 18: Redes Sociales Oki entregas*



**Elaborado por:** Autores

**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.

*Ilustración 19: Diseño de Branding para medios de carga pesada*



**Elaborado por:** (Autores)

*Ilustración 20: Diseño de Branding para motos*



**Elaborado por:** (Autores)

## **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.

*Ilustración 21:Diseño de Mochila para entregas*



**Elaborado por:** (Autores)

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

*Ilustración 22. OKI*



**Elaborado por:** (Autores)

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

*Ilustración 23: Stikers para aplicación Branding*



**Elaborado por:** (Autores)

*Ilustración 24. Stikers*



**Elaborado por:** (Autores)

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

*Ilustración 25: Diseño de Branding para establecimientos afiliados*



**Elaborado por:** (Autores)

*Ilustración 26. Diseño del Negocio*



**Elaborado por:** (Autores)

**Fuente:** (Ros, Vicente José, 2015)

### **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.

Tabla 2: Estrategias de Marketing Mix

PRECIO	PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD
<ul style="list-style-type: none"> <li>∇ Mantener precios accesibles</li> <li>∇ Mantener varias opciones de pago.</li> <li>∇ Reducir los precios en comparación con las empresas internacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>∇ Mejorar las seguridades de la aplicación evitando puertas traseras o vulnerabilidad en la plataforma.</li> <li>∇ Uso de incentivos para los repartidores por metas alcanzadas.</li> </ul>
PLAZA	PROMOCION
<ul style="list-style-type: none"> <li>∇ Apertura de nuevos canales de distribución.</li> <li>∇ Sectorizar los repartidores</li> <li>∇ Establecer alianzas estratégicas con una variedad de establecimientos afiliados a la plataforma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>∇ Generar al consumidor satisfacción al entregar un buen servicio logrando posicionarnos en su mente como la mejor opción.</li> <li>∇ Crear vínculos empresariales con los centros de comercialización más importantes dentro del cantón Milagro.</li> </ul>
PUBLICIDAD	PRESENTACION
<ul style="list-style-type: none"> <li>∇ Publicidad digital, página web, redes sociales</li> <li>∇ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>∇ Manejar correctamente la identidad corporativa haciendo que nuestro servicio sea llamativo.</li> <li>∇ Utilizar colores llamativos que identifiquen nuestra imagen corporativa.</li> </ul>
PERSONAL	PROCESO
<ul style="list-style-type: none"> <li>∇ Mantener canales digitales de comunicación directa con los clientes.</li> <li>∇ Mantener canales de comunicación directa con los establecimientos afiliados mediante emailing.</li> <li>∇ Establecer campañas publicitarias directas con los clientes para que exista una retroalimentación del usuario hacia nosotros y de nosotros hacia el usuario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>∇ Se generarán y distribuirán manuales de procedimientos para el óptimo funcionamiento del servicio tanto para repartidores como para establecimientos asociados.</li> <li>∇ Se realizaran campañas publicitarias de concientización por un servicio de respeto y cordialidad</li> </ul>

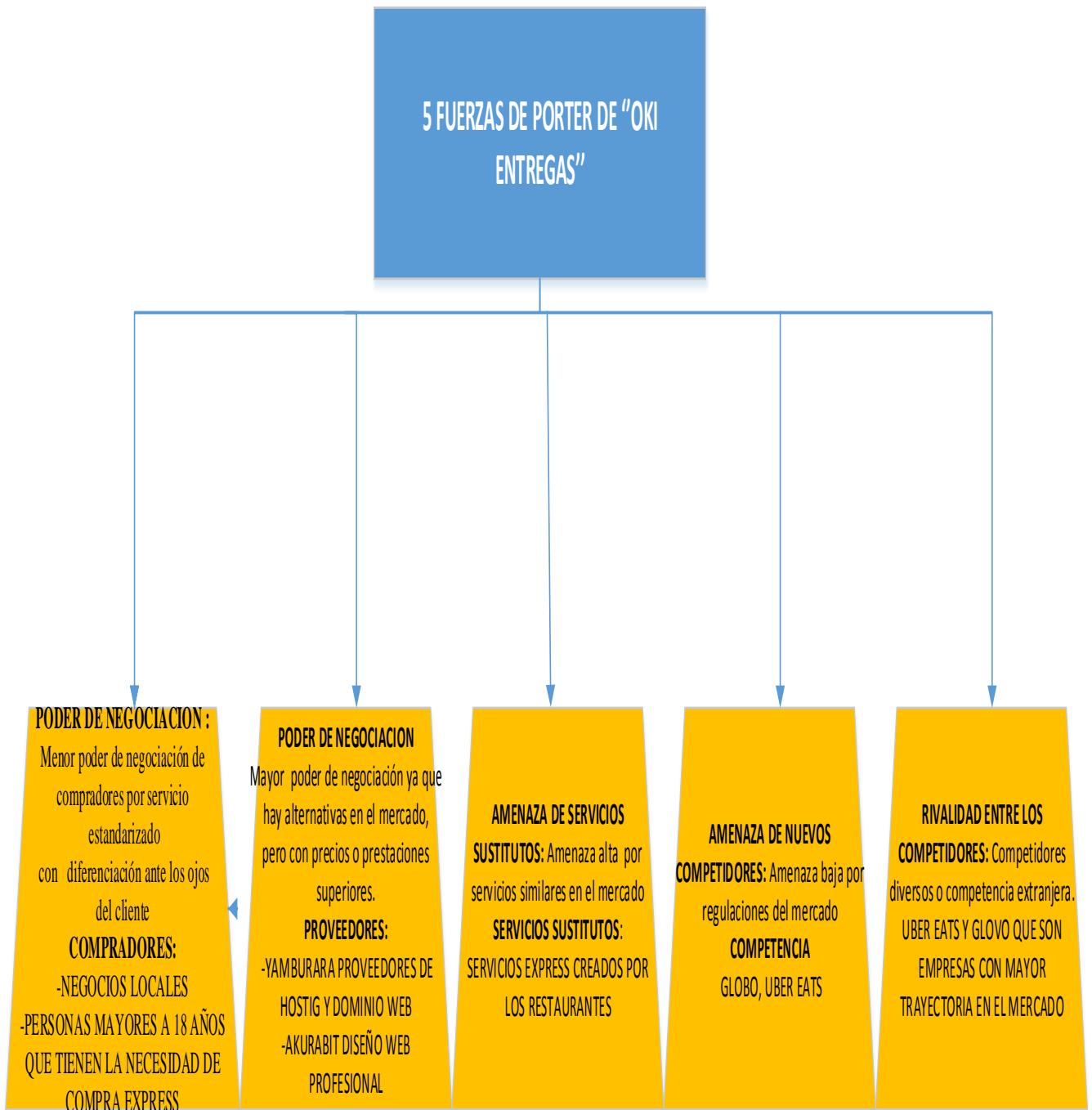
**Elaborado por:** (Autores)

**Fuente:** (Santos, 1990)

#### **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)

Ilustración 27: 5 fuerzas de Porter



**Elaborado por:** (Autores)

**Fuente:** (Porter M. E., 2017)

### 2.4.3 Logotipo

*Ilustración 28: Logotipo de la empresa*



**Elaborado por:** (Autores)

#### **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.



## 2.4.5 Costos del Plan de Marketing

Tabla 3: Costos de implementación de estrategias de Marketing Mix

Descripción	Costos
Manejo de redes sociales	\$ 200.00
Publicidad móvil camiones	\$ 400.00
Publicidad Digital	\$ 200.00
Publicidad Móvil motocicletas	\$200.00
<b>Total</b>	<b>1.000,00</b>

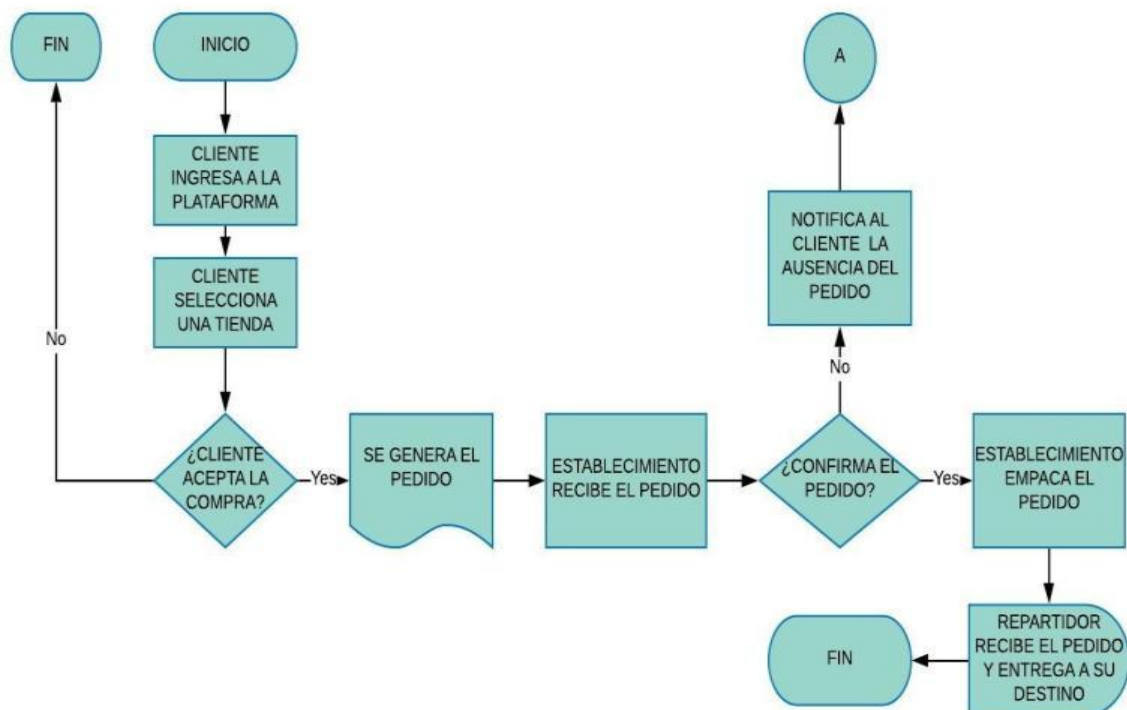
Elaborado por: (Autores)

## CAPÍTULO 3

### 3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS

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

Ilustración 29: Diagrama de Flujo Proceso de compra y entrega de Productos



Elaborado por: (Autores)

## **3.2. Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse**

### **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.

Tabla 4: Materia Prima para creación de la plataforma web

Cantidad	Clasificación	Materia Prima	Valor Unitario	Valor Total
1	año	Dominio Hosting y desarrollo web	1.200	1.200,00
1	año	Plantilla	175	175,00
				1375,00

Elaborado por: (Autores)

### 3.2. Instalaciones

Ilustración 30: Matriz de Oki entregas



Elaborado por: (Autores)

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 Respectivos 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.

*Tabla 5: Maquinaria y equipo personas dedicadas a la plataforma parte operativa*

<b>COSTOS MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>MODELO</b>	<b>V. UNITA</b>	<b>V. TOTAL</b>
4	Laptop / Notebook DELL INSPIRON 3467 C15-7200U-2,5 GHZ- 8GB-1TB-DVD-21.5	802,68	802,68
2	Computadora AIO Lenovo CI3 7020 U-2,3 GHZ-4GB-1TB-DVD- 21.5	714,80	1429,60
2	Impresora Rico Sp3510 sf Multifuncional Duplex con fax	140,00	280,00
1	IPhone (Para pruebas)	1500	1500,00
<b>TOTAL</b>			

**Elaborado por:** Autores

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

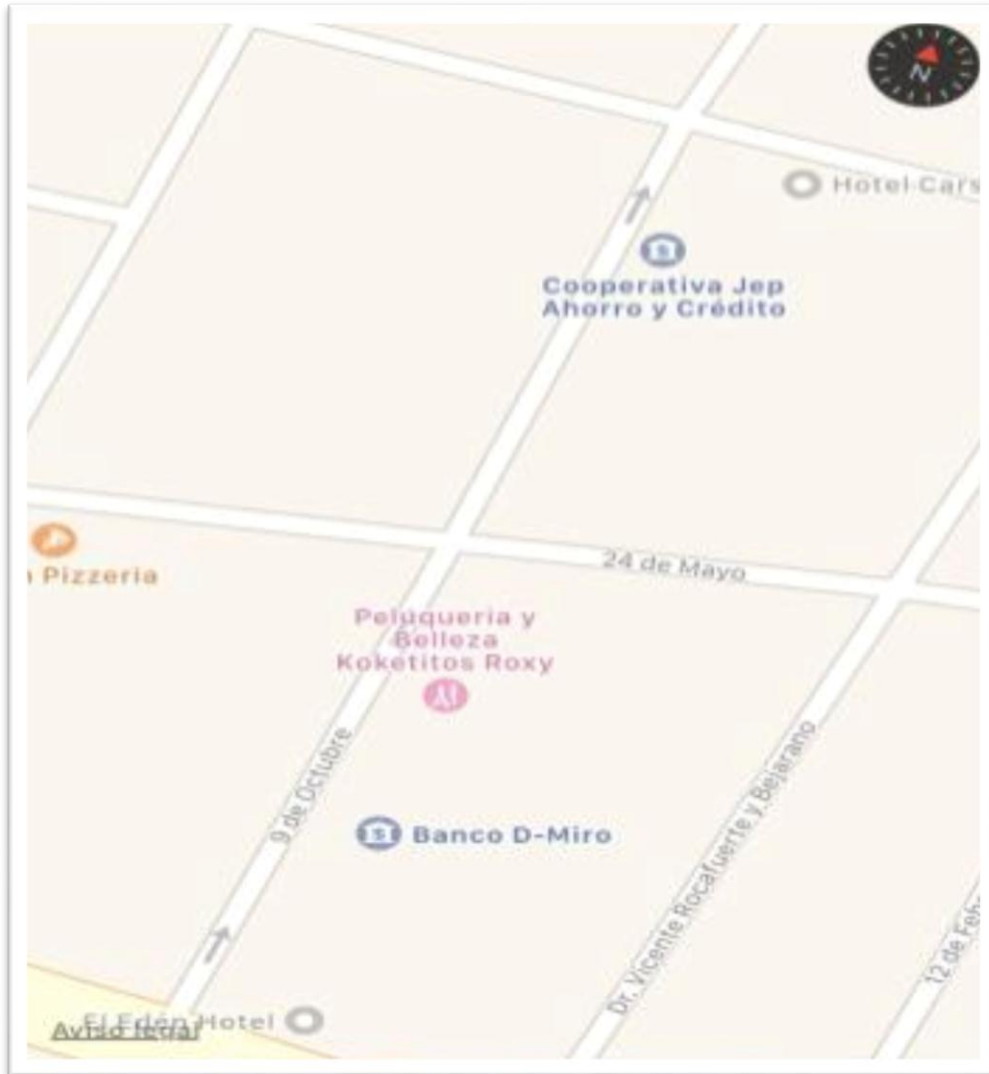
La oficina matriz de ‘‘Oki Entregas’’ se ubicará en la ciudad de Milagro misma donde se administrará el negocio.

*Ilustración 31: Descripción Macro*



**Fuente:**(Google Maps)

*Ilustración 32: Descripción Micro*



**Fuente:**(Google Maps)

**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**

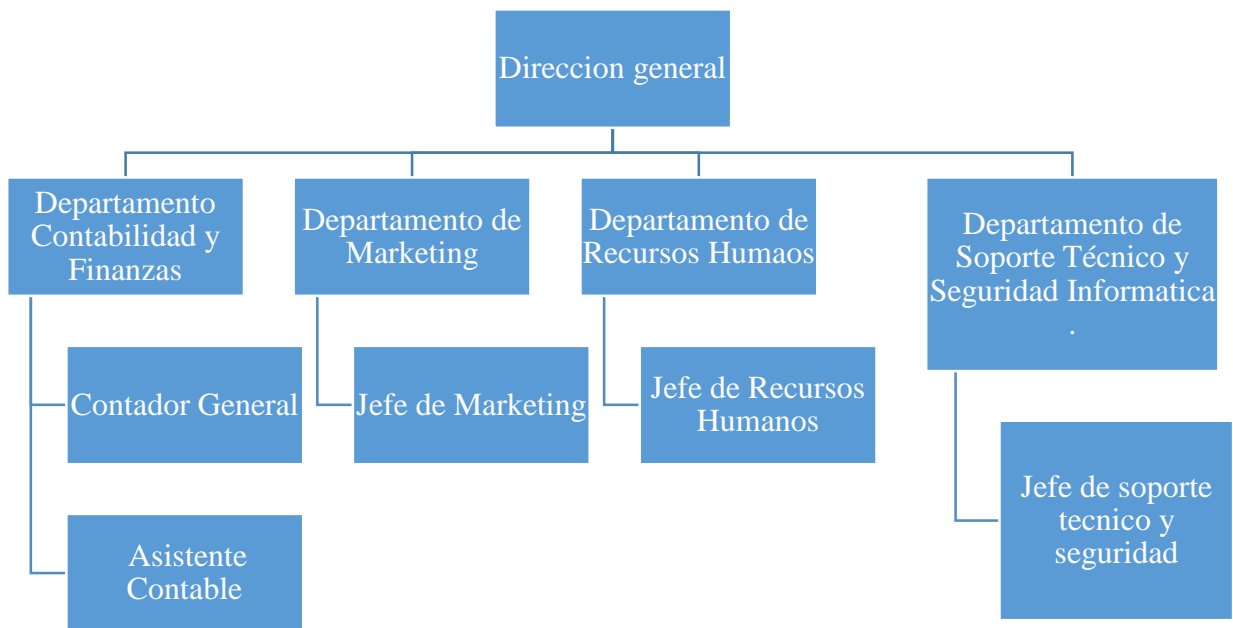
“Oki entregas” pertenece al tipo de compañía de responsabilidad Limitada con un numero de dos socios que son los originarios de la idea de negocio, la actividad comercial que desempeña la compañía pertenece al sector de comercio electrónico tratándose de un servicio que se ofrece por medio de una plataforma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

*Ilustración 33: Organigrama funcional de Oki Entregas*



**Fuente:** (Porter M. , 1986)

**Elaborado por:** (Autores)



### 4.3. Funciones y responsabilidades

#### 4.3.1 Gerencia

Tabla 6. Funciones de Gerente General

	<b>Hoja 1</b>
<b>OKI ENTREGAS</b>	<b>Fecha de emisión:11/08/2019</b>
<b>Datos de identificación</b>	
<b>Nombre del cargo:</b> <b>Departamento:</b> <b>Supervisa a:</b>	<b>Gerente General</b> <b>Dirección General</b>
<b>Objetivo del cargo:</b>	
<p>Responsable por la administración y planeación de las actividades de las distintas áreas departamentales.</p> <p>Desarrolla los objetivos de la organización y planea el desarrollo de entidad en los plazos establecidos de la vida útil</p>	
<b>Descripción de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar la ejecución de las normativas, procedimientos, reglamentos, políticas y los demás generados por los organismos de control.</li> <li>• Supervisar y tomar decisiones relacionadas con el direccionamiento y gestión de los procesos de la empresa.</li> <li>• Aprobar los planes de mejoras para la realización de las metas planteadas.</li> <li>• Autorizar la entrega de las órdenes de pedidos de los clientes.</li> <li>• Controlar los niveles de idoneidad de los trabajadores.</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo</b>	
<b>Edad</b>	<b>35 a 48 años</b>
<b>Educación</b>	
<p>Título tercer nivel en carreras como: Ingeniería Comercial, Economía, Gestión Empresarial y carreras afines.</p> <p>Contar con estudios de maestría en Administración de empresas constituye en fortaleza.</p>	

<b>Experiencia</b>
Mínimo 5 años de experiencia en posiciones similares. Conocimientos en Dirección en administración de empresas
<b>Habilidades –aptitudes especiales</b>
Facilidad para negociar Capacidad eficiente para analizar y sintetizar Dominio de Comunicación interna Capacidad para liderar y orientar equipos de trabajo

**Elaborado por:** Autores

### 4.3.2 Departamento Contable Financiero

*Tabla 7. Funciones de Contador*

<b>OKI ENTREGAS</b>	<b>Hoja</b>
	<b>Fecha de emisión</b>
<b>Datos de identificación</b>	
<b>Cargo:</b>	Contador
<b>Área:</b>	Contabilidad y Finanzas
<b>Supervisa a:</b>	Asistente Contable
<b>Objetivo del cargo:</b>	
<p>Responsable por la planificación y control de la gestión contable, financiera y tributaria de la distribuidora.</p> <p>Responsable por la realización y entrega oportuna de los estados financieros.</p> <p>Garantiza el cumplimiento de los objetivos y políticas contables en la empresa.</p>	
<b>Descripción de funciones</b>	
<p>Organizar, registrar e interpretar la información contable y financiera</p> <p>Llevar el orden secuencial de los libros mayores contables de acuerdo a lo requerido por las normativas legales.</p> <p>Preparar y presentar las declaraciones tributarias al Servicio de Rentas Internas.</p> <p>Desarrollar los estados financieros correspondientes a cada periodo contable, según lo dispuesto por las leyes vigentes.</p>	
<b>Perfil del cargo</b>	
<b>Edad</b>	25 a 48 años
<b>Educación</b>	
Título universitario en carreras como: Ingeniería Comercial, Contador Público Autorizado.	

Experiencia
Más de tres años de experiencia
Habilidades –aptitudes especiales
Herramientas Financieras y contables Herramientas de Microsoft Elaboración y control de presupuesto Normas internacionales de información financiera (NIIF)

**Elaborado por:** Autores

### 4.3.3 Asistente Contable

*Tabla 8. Funciones de Asistente Contable*

<b>OKI ENTREGAS</b>	<b>Hoja</b>
	<b>Fecha de emisión</b>
Datos de Identificación	
<b>Cargo:</b>	Asistente contable
<b>Área:</b>	Contabilidad y Finanzas
<b>Supervisor:</b>	Gerente general
Objetivo del cargo:	
Asistir a gerencia en la administración y manejo de recursos económicos de la empresa y mantener el registro contable de las operaciones que se realizan diariamente para la estructuración de estados financieros de la empresa.	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control del movimiento contable de la empresa</li> <li>• Conciliación de cuentas contables</li> <li>• Caja chica</li> <li>• Responsable efectuar los pagos a proveedores</li> </ul>	
Perfil del cargo	
<b>Edad</b>	22 a 48 años
Educación	
Título universitario en carreras como: Ingeniería Comercial, Contador Público Autorizado.	
Experiencia	
Más de tres años de experiencia en cargos similares	
Habilidades –aptitudes especiales	
Herramientas contables Herramientas computacionales Elaboración y control de presupuesto Normas internacionales de información financiera (NIIF)	

**Elaborado por:** Autores

### 4.3.4 Departamento De Compras Y Ventas Online

Tabla 9. Funciones de Ayudante

<b>OKI ENTREGAS</b>	<b>Hoja</b>
	<b>Fecha de emisión</b>
<b>Datos de identificación</b>	
<b>Cargo:</b> <b>Área:</b> <b>Supervisor:</b>	Ayudante (entrega a repartidor) Departamento de Marketing
<b>Objetivo del cargo:</b>	
Entregar el producto que vende el establecimiento afiliado en manos de los clientes y realizar la debida recaudación de pago por los productos.	
<b>Descripción de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tratar al cliente con amabilidad y responsabilidad</li> <li>• Entregar el producto en buenas condiciones y de conformidad con los clientes</li> <li>• Recibir las inquietudes y necesidades del cliente con respecto a la entrega del producto.</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo</b>	
<b>Edad</b>	18 a 48 años
<b>Sexo</b>	Masculino
<b>Educación</b>	
Bachillerato Obligatorio	
<b>Experiencia</b>	
No aplica experiencia Laboral	
<b>Habilidades –aptitudes especiales</b>	
Habilidad numérica Prudencia Iniciativa	

**Elaborado por:** Autores

### 4.3.5 Departamento De Marketing

Tabla 10. Funciones de Encargo dpto. Marketing.

<b>OKI ENTREGAS</b>	<b>Hoja</b>
	<b>Fecha de emisión</b>
<b>Datos de identificación</b>	
<b>Cargo:</b>	Encargado del dpto. Marketing
<b>Departamento:</b>	Marketing
<b>Supervisa a:</b>	Asistente de Marketing
<b>Objetivo del cargo:</b>	
<p>Lograr posicionamiento en el mercado, ejecutando las gestiones necesarias en lo correspondiente a Mercadotecnia, dirigido siempre a desarrollar nuevas alternativas de negocio a nivel mundial.</p>	
<b>Descripción de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar e implementar el Plan de Marketing</li> <li>• Definir estrategias de marketing Digital</li> <li>• Evaluar y controlar resultados de las ventas</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo</b>	
<b>Edad</b>	25 a 48 años
<b>Educación</b>	
Ingeniería en Marketing	
<b>Experiencia</b>	
2 años de experiencia en áreas similares	
<b>Habilidades –aptitudes especiales</b>	
<p>Manejo de Branding</p> <p>Dominio de Herramientas de Marketing Digital</p> <p>Conocimientos de imagen corporativa</p> <p>Programas de diseño</p>	

**Elaborado por:** Autores

### 4.3.6 Departamento de Recursos Humanos

Tabla 11. Funciones de Jefe RRHH

<b>OKI ENTREGAS</b>	<b>Hoja</b>
	<b>Fecha de emisión</b>
<b>Datos de identificación</b>	
<b>Nombre del cargo:</b>	Jefe recursos Humanos
<b>Departamento:</b>	Recursos Humanos
<b>Objetivo del cargo:</b>	
Procurar que el personal de la empresa Oki Entregas sea el idóneo para que pueda alcanzar sus objetivos	
<b>Descripción de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de perfiles empresariales</li> <li>• Creación de Perfiles para cada puesto</li> <li>• Toma de pruebas Psicotécnicas</li> <li>• Entrevistas al personal</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo</b>	
<b>Edad</b>	25 a 48 años
<b>Educación</b>	
Egresada Psicología empresarial	
<b>Experiencia</b>	
2 años de experiencia en áreas similares	
<b>Habilidades –aptitudes especiales</b>	
test pictográficos Entrevistas al personal Psicología	

**Elaborado por:** Autores

### 4.3.7 Departamento de Soporte Técnico y Seguridad Informática

Tabla 12. Funciones de Jefe de Dpto. Seguridad informática y Soporte Técnico

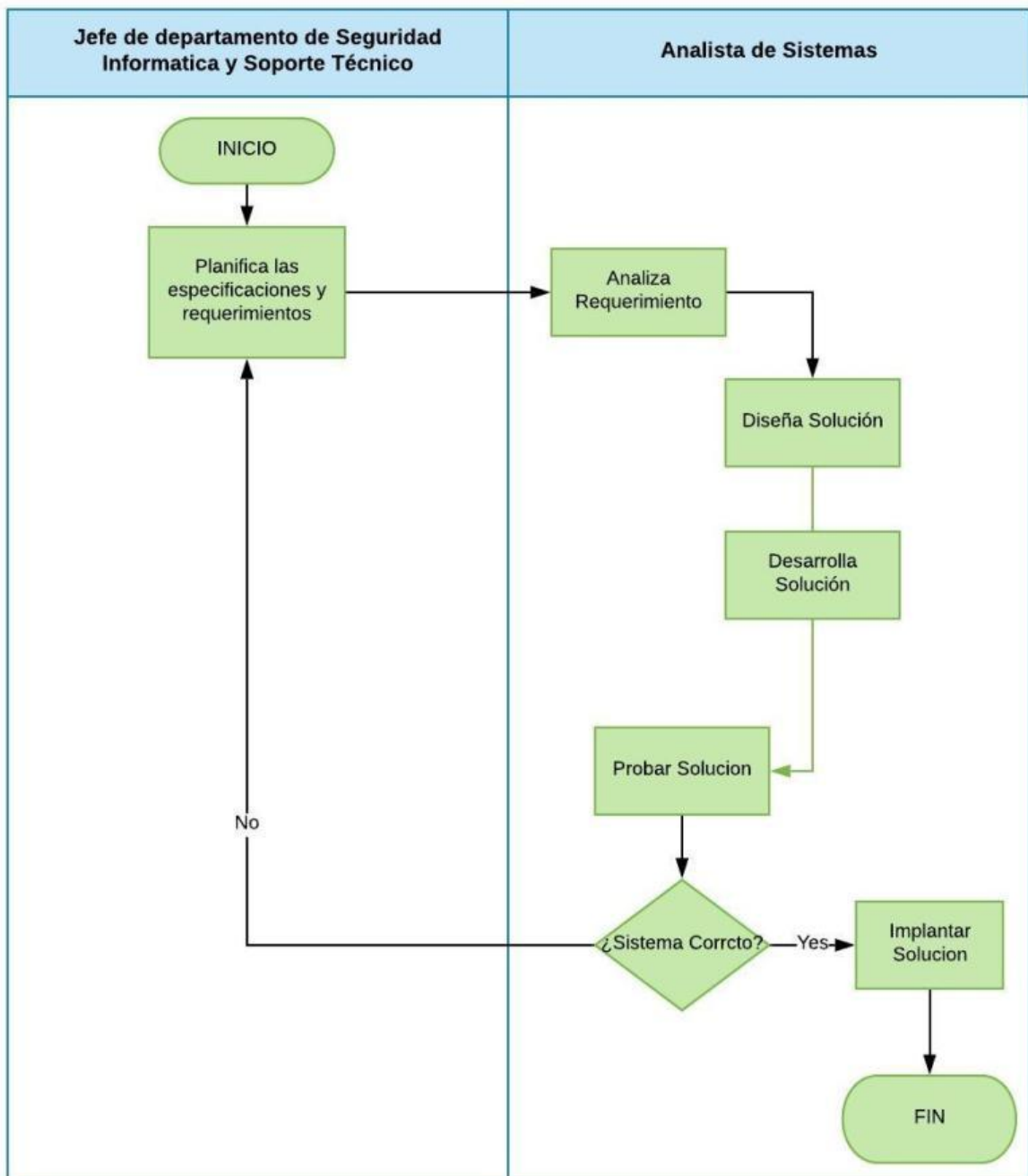
<b>OKI ENTREGAS</b>	<b>Hoja</b>
	<b>Fecha de emisión</b>
<b>Datos de identificación</b>	
<b>Nombre del cargo:</b> <b>Departamento:</b> <b>Supervisa a:</b>	JEFE DE DEPARTAMENTO SEGURIDAD INFORMATICA Y SOPORTE TENICO SOPORTE TÉCNICO Personal bajo su dependencia
<b>Objetivo del cargo:</b>	
Tener siempre habilitada toda la parte informática a nivel de infraestructura, sistemas, soportes, respaldos, y otros que garanticen un desempeño eficiente, desarrollando normas y políticas de seguridad que permitan siempre poder acceder a los sistemas y a la información registrada.	
<b>Descripción de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mediante la correcta planeación estratégica se podrá mantener siempre coordinados los mantenimientos y reparaciones que requieran los sistemas según las normas que hayan establecidos en los procesos desarrollados por la organización.</li> <li>• Asegurar el soporte técnico, preventivo y correctivo de todos los sistemas que se utilicen.</li> <li>• Desarrollar herramientas de control que permitan el correcto uso de los sistemas informáticos.</li> <li>• Ser parte siempre de las decisiones de compra de los sistemas informáticos e infraestructuras, haciendo las debidas recomendaciones y dando el soporte técnico que corresponda.</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo</b>	
<b>Edad</b>	25 a 48 años
<b>Educación</b>	
Egresado en sistemas Informáticos	
<b>Experiencia</b>	
2 años de experiencia en áreas similares	
<b>Habilidades –aptitudes especiales</b>	
infraestructura tecnológica Redes, ERP, sistema de comunicación	

**Elaborado por:** Autores

#### 4.4. Flujo de procesos administrativo

##### 2.2.1 Flujograma Soporte técnico y soluciones

Ilustración 34: Flujograma de proceso de Soporte Técnico y Soluciones



Elaborado por: (Autores)



#### 4.5. Instalación, equipos y maquinarias para el personal administrativo

Tabla 13: Costos equipo de cómputo del personal administrativo

COSTOS EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
CANTIDAD	MODELO	V. UNITARIO	V. TOTAL
4	Laptop / Notebook DELL INSPIRON 3467 C15-7200U-2,5 GHZ- 8GB-1TB-DVD-21.5	802,68	3210,72
4	Computadora AIO Lenovo CI3 7020 U-2,3 GHZ-4GB-1TB-DVD- 21.5	714,80	2859,20
2	Impresora Ricoh Sp3510 sf Multifuncional Duplex con fax	140,00	
7	Teléfono Inalámbrico Panasonic	85,00	595,00
17		1742,48	12.536,48

Elaborado por: (Autores)

## CAPÍTULO 5

### 5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

#### 5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento

##### **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 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 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**

- 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.)

### **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., 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.
- 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 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;

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, 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.

*Tabla 14. Impacto Ambiental Causado*

Contaminación Electromagnética	Uso de internet Uso del Wifi, Teléfonos Inalámbricos Antenas Móviles
Humo de vehículos	Uso de vehículos

**Elaborado por:** (Autores)

### 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.

Tabla 15. Plan de Compensación

PLAN DE COMPENSACIÓN			
PROBLEMA	COMPENSACIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Contaminación electromagnética por uso de redes inalámbricas.	Siembra de 200 árboles al año.	4,00	800,00
Excesivo uso de motocicletas	Charla anual educativa temática “día del medio ambiente” (Alquiler del coliseo cerrado Ecuador Martínez Collazo y Equipo de sonido)	\$500	500,00
<b>TOTAL DE PLAN DE COMPENSACIÓN</b>			<b>1300,00</b>

Elaborado por: (Autores)

Tabla 16: Plan de Mitigación

PLAN DE MITIGACIÓN				
PROBLEMA	MITIGACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Uso de Fundas no biodegradables para pedidos	Uso de fundas biodegradables hechas en cambrela .	2000	0,75	1500,00
Contaminación por gases emanados por nuestro transporte de carga pesada.	Mantenimientos trimestrales obligatorios para nuestros camiones.	4	200,00	800,00
<b>TOTAL</b>			<b>200,75</b>	<b>2.300,00</b>

Elaborado por: (Autores)

## CAPÍTULO 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

*Tabla 17: Activos Fijos*

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			
(1524) Equipo de Oficina	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Mesa de juntas	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Sillas particulares	24	\$ 40,00	\$ 960,00
Escritorios	12	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Silla Ergonómica Para Escritorio	12	\$ 60,00	\$ 720,00
Archivador De Base	6	\$ 45,00	\$ 270,00
Archivador Flotante	6	\$ 55,00	\$ 330,00
Estantería	7	\$ 75,00	\$ 525,00
Pizarra 150 X 120	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Teléfono Inalámbrico Panasonic	6	\$ 60,00	\$ 360,00
<b>TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>75</b>	<b>\$ 965,00</b>	<b>\$ 5.775,00</b>
<b>(1528) Equipo de computo</b>			
Laptop / Notebook DELL INSPIRON 3467 C15-7200U-2,5 GHZ- 8GB-1TB-DVD-21.5	8	\$ 750,00	\$ 6.000,00
Computadora de escritorio AIO Lenovo CI3 7020 U-2,3 GHZ-4GB-1TB-DVD-21.5	6	\$ 680,00	\$ 4.080,00
Impresora Ricoh Sp3510 sf Multifuncional Duplex con fax	2	\$ 387,00	\$ 774,00
<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTO</b>	<b>16</b>	<b>\$ 1.817,00</b>	<b>\$ 10.854,00</b>

**Elaborado por:** (Autores)



Tabla 18: Desglose de Gastos Pre operacionales

DESCRIPCIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	Cantidades	Costo Unitario	Costo Total
<b>Gastos Legales o de Constitución</b>			
Aprobación de Nombre de Compañía	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Certificado de Seguridad de Bomberos	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Permiso de Funcionamiento en el Municipio	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Acondicionamiento de las Oficinas	4	\$ 43,00	\$ 172,00
<b>Total de Gasto Pre operacional</b>			<b>\$ 307,00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>			<b>16.936,00</b>

Elaborado por: (Autores)

### 6.1.2 Activos Intangibles

Tabla 19: Activos Intangibles

Clasificación	Materia Prima	Cantidad	Valor Total
Año	Dominio Hosting y desarrollo web	1	1.200,00
Año	Plantilla	1	175
<b>TOTAL</b>		<b>2</b>	<b>1.375,00</b>

Elaborado por: (Autores)

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

*Tabla 20: Capital de Trabajo*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>APORTE SOCIO</b>	<b>\$5.000</b>
<b>APORTE DE SOCIA</b>	<b>\$5.000</b>
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>\$10.000</b>

**Elaborado por:** (Autores)

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.

Tabla 21: Amortización de la Deuda

<b>Capital</b>			\$16.936,00	
<b>Tasa de interés mensual</b>			1,25%	15% Anual
<b>Plazo en años</b>			5	
<b>Forma de Pago</b>			MENSUAL	
<b>Total Periodos</b>			60	
<b>Periodos de Gracia</b>			0	
<b>Periodos Normales</b>			60	
<b>Valor Dividendo</b>			\$403	
<b>No. de Dividendos</b>	<b>Valor de Intereses</b>	<b>Amortización de Capital</b>	<b>Valor del Dividendo</b>	<b>Saldo de Capital</b>
<b>0</b>				\$16.936
<b>1</b>	\$212	\$191	\$403	\$16.745
<b>2</b>	\$209	\$194	\$403	\$16.551
<b>3</b>	\$207	\$196	\$403	\$16.355
<b>4</b>	\$204	\$198	\$403	\$16.157
<b>5</b>	\$202	\$201	\$403	\$15.956
<b>6</b>	\$199	\$203	\$403	\$15.752
<b>7</b>	\$197	\$206	\$403	\$15.546
<b>8</b>	\$194	\$209	\$403	\$15.338
<b>9</b>	\$192	\$211	\$403	\$15.127
<b>10</b>	\$189	\$214	\$403	\$14.913
<b>11</b>	\$186	\$216	\$403	\$14.696
<b>12</b>	\$184	\$219	\$403	14.477
<b>13</b>	\$181	\$222	\$403	14.255
<b>14</b>	\$178	\$225	\$403	14.030
<b>15</b>	\$175	\$228	\$403	13.803
<b>16</b>	\$173	\$230	\$403	13.572
<b>17</b>	\$170	\$233	\$403	13.339
<b>18</b>	\$167	\$236	\$403	13.103
<b>19</b>	\$164	\$239	\$403	12.864
<b>20</b>	\$161	\$242	\$403	12.622
<b>21</b>	\$158	\$245	\$403	12.377
<b>22</b>	\$155	\$248	\$403	12.128
<b>23</b>	\$152	\$251	\$403	11.877
<b>24</b>	\$148	\$254	\$403	11.623
<b>25</b>	\$145	\$258	\$403	11.365
<b>26</b>	\$142	\$261	\$403	11.104
<b>27</b>	\$139	\$264	\$403	10.840
<b>28</b>	\$136	\$267	\$403	10.573

<b>No. de Dividendos</b>	<b>Valor de Intereses</b>	<b>Amortización de Capital</b>	<b>Valor del Dividendo</b>	<b>Saldo de Capital</b>
<b>30</b>	\$129	\$274	\$403	10.028
<b>31</b>	\$125	\$278	\$403	9.750
<b>32</b>	\$122	\$281	\$403	9.469
<b>33</b>	\$118	\$285	\$403	9.185
<b>34</b>	\$115	\$288	\$403	8.897
<b>35</b>	\$111	\$292	\$403	8.605
<b>36</b>	\$108	\$295	\$403	8.310
<b>37</b>	\$104	\$299	\$403	8.011
<b>38</b>	\$100	\$303	\$403	7.708
<b>39</b>	\$96	\$307	\$403	7.401
<b>40</b>	\$93	\$310	\$403	7.091
<b>41</b>	\$89	\$314	\$403	6.777
<b>43</b>	\$81	\$322	\$403	6.136
<b>44</b>	\$77	\$326	\$403	5.810
<b>45</b>	\$73	\$330	\$403	5.480
<b>46</b>	\$68	\$334	\$403	5.145
<b>47</b>	\$64	\$339	\$403	4.807
<b>48</b>	\$60	\$343	\$403	4.464
<b>49</b>	\$56	\$347	\$403	4.117
<b>50</b>	\$51	\$351	\$403	3.765
<b>51</b>	\$47	\$356	\$403	3.410
<b>52</b>	\$43	\$360	\$403	3.049
<b>53</b>	\$38	\$365	\$403	2.684
<b>54</b>	\$34	\$369	\$403	2.315
<b>55</b>	\$29	\$374	\$403	1.941
<b>56</b>	\$24	\$379	\$403	1.562
<b>57</b>	\$20	\$383	\$403	1.179
<b>58</b>	\$15	\$388	\$403	791
<b>59</b>	\$10	\$393	\$403	398
<b>60</b>	\$5	\$398	\$403	0
<b>Totales</b>	<b>\$7.238</b>	<b>\$16.936</b>	<b>\$24.174</b>	

Elaborado por: (Autores)

Tabla 22: *Financiamiento del proyecto*

<b>Inversión Total</b>	\$26.936,00
<b>Activos Fijos</b>	\$16.936,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$10.000,00

Elaborado por: (Autores)

Tabla 23: Distribución de la inversión Total

<b>Inversión Total</b>	<b>\$ 26.936,00</b>	<b>100%</b>
Financiamiento	\$16.936,00	63%
Aporte Propio	\$10.000,00	37%

**Elaborado por:** (Autores)

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

Tabla 24: Desglose de depreciaciones

<b>Muebles y Enseres</b>	<b>COST O</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Total Depreciación</b>
Mesa de juntas	\$ 400,00	10%	\$ 40,00
Sillas particulares	\$ 960,00	10%	\$ 96,00
Escritorios	\$ 2.160,00	10%	\$ 216,00
Silla Ergonómica Para Escritorio	\$ 720,00	10%	\$ 72,00
Archivador De Base	\$ 270,00	10%	\$ 27,00
Archivador Flotante	\$ 360,00	10%	\$ 36,00
Estantería	\$ 525,00	10%	\$ 52,50
Pizarra 150 X 120	\$ 50,00	10%	\$ 5,00
Teléfono Inalámbrico Panasonic	\$ 360,00	10%	\$ 36,00
<b>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>\$ 5.805,00</b>		<b>\$ 580,50</b>
<b>Equipo de computo</b>	<b>COSTO</b>	<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Laptop / Notebook DELL INSPIRON 3467	\$ 6.000,00	33%	\$ 1.980,00
Computadora de escritorio AIO Lenovo	\$ 4.080,00	33%	\$ 1.346,40
Impresora Ricoh Sp3510 sf Multifuncional Duplex con fax	\$ 774,00	33%	\$ 255,42
<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTO</b>	<b>\$ 10.854,00</b>		<b>\$ 3.581,82</b>

<b>Gastos Pre operacionales</b>	<b>COSTO</b>	<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Gasto de constitución de comp.	\$ 307,00	33%	\$ 101,31
<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTO</b>	<b>\$ 307,00</b>		<b>\$ 101,31</b>
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 16.659,00</b>		<b>\$ 4.263,63</b>

**Elaborado por:** (Autores)

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:

*Tabla 25: Distribución de Utilidades de la empresa y repartidores*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO</b>	<b>COSTO</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>
	<b>DE VENTA</b>		<b>DEALER</b>	<b>OKI</b>
Pedido Simpe	\$3,00	\$0,99	\$1,00	\$1,01
Pedido establecimiento Afiliado	\$3,00	\$0,99	\$1,00	\$1,01
Pedido establecimiento No Afiliado	\$3,00	\$0,99	\$1,00	\$1,01
Pedido Carga Pesada	\$20,00	\$0,99	\$15,00	\$4,01

**Elaborado por:** (Autores)

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

*Tabla 26: Proyección de Ventas*

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	UNIDADES	PRECIO	VENTAS	VENTAS
	MENSUALES	ANUALES	DE VENTA	MENSUALES	ANUALES
Pedido Simpe	1.000	12.000	\$ 3,00	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
Pedido establecimiento Afiliado	800	9.600	\$ 3,00	\$ 2.400,00	\$28.800,00
Pedido establecimiento No Afiliado	300	3.600	\$ 3,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00
Pedido Carga Pesada	320	3.840	\$ 20,00	\$ 6.400,00	\$ 76.800,00
<b>TOTALES</b>	<b>2.420</b>	<b>29.040</b>	<b>\$ 29,00</b>	<b>\$ 12.700,00</b>	<b>\$ 152.400,00</b>

**Elaborado por:** (Autores)

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.

Tabla 27: Costos de Venta de servicios Carga Liviana

DESCRIPCIÓN	COSTO	P.UNIT	DOMINIO HOSTING	MOCHILA PARA
	DE VENTA	PLANTILLA	DESARROLLO WEB	ENTREGAS
Pedido Simpe	\$ 1,42	\$ 0,09	\$ 0,65	\$ 0,68
Pedido establecimiento Afiliado	\$ 1,42	\$ 0,09	\$ 0,65	\$ 0,68
Pedido establecimiento No Afiliado	\$ 1,42	\$ 0,09	\$ 0,65	\$ 0,68

**Elaborado por:** (Autores)

Tabla 28: Costos Servicios Carga Pesada

PEDIDO DE CARGA PESADA	COSTO DE VENTA	Contrato unitario Camión	Gasolina
		\$ 12,00	\$ 8,00

**Elaborado por:** (Autores)



### 6.3. Proyección de egresos

#### 6.3.1. Costos Directos

Tabla 29: Materia Prima Directa

<b>MATERIA PRIMA/MERCADERIA/COSTO PROMEDIO X UNID.</b>								
<b>PRODUCTOS</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>COSTO POR</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>COSTO MENS</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
	<b>ANUALES</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNIDAD DE SERV</b>		<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
Pedido Simpe					1.000	\$ 1,25	\$ 1.250,00	\$ 15.000,00
Plantilla	1	\$ 175,00	\$ 175,00	\$ 0,08				
Dominio Hosting y Desarrollo web	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 0,57				
Mochila para entregas	50	\$ 25,00	\$ 1.250,00	\$ 0,60				
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 1,25</b>				
Pedido establecimiento Afiliado					800	\$ 1,25	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Plantilla	1	\$ 175,00	\$ 175,00	\$ 0,08				
Dominio Hosting y Desarrollo web	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 0,57				

Mochila para entregas	50	\$ 25,00	\$ 1.250,00	\$ 0,60				
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 1,25</b>				
Pedido establecimiento No Afiliado					300	\$ 1,25	\$ 375,00	\$ 4.500,00
Plantilla	1	\$ 175,00	\$ 175,00	\$ 0,08				
Dominio Hosting y Desarrollo web	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 0,57				
Mochila para entregas	50	\$ 25,00	\$ 1.250,00	\$ 0,60				
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 1,25</b>				
Pedido de Carga Pesada					320	\$ 12,00	\$ 3.840,00	\$ 46.080,00
Contrato Unitario Camión		\$ 8,00		\$ 8,00				
Gasolina		\$ 4,00		\$ 4,00				
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 2,00	<b>\$ 12,00</b>				
<b>TOTAL</b>							\$ 6.465,00	\$ 77.580,00

**Elaborado por:** (Autores)

### 6.3.2. Insumos Directos

Tabla 30: Insumos Directos

INSUMOS DIRECTOS				
PRODUCTOS	PRECIO	COSTO	TOTAL	TOTAL
	MENSUAL	POR IVA	MENSUAL	ANUAL
Energía Eléctrica	\$ 60,00	\$0,00	\$60,00	\$720,00
Servicio telefónico	\$ 20,00	\$2,40	\$22,40	\$268,80
Servicio de Internet	\$ 38,00	\$4,56	\$42,56	\$510,72
<b>TOTALES</b>		<b>\$6,96</b>	<b>\$125</b>	<b>\$1.499,52</b>

Elaborado por: (Autores)

### 6.3.3. Mano de Obra Directa

Tabla 31: Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD	INGRESO MENSUAL	TOTAL
			ANUAL
Sueldos operativos Soporte Técnico y seguridad informática	1	\$450,00	\$5.400,00
Sueldo de Comprador Establecimientos No Afiliados	1	\$350,00	\$4.200,00
<b>TOTALES</b>		<b>\$800,00</b>	<b>\$9.600,00</b>

Elaborado por: (Autores)

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.

Tabla 32: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	INGRESO	TOTAL
			ANUAL
Gerente General	1	\$700,00	\$ 8.400,00
Contador General	1	\$500,00	\$ 6.000,00
Asistente Contable	1	\$396,00	\$ 4.752,00
Jefe de Marketing	1	\$450,00	\$ 5.400,00
jefe de Recurso Humanos	1	\$450,00	\$ 5.400,00
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>\$2.496,00</b>	<b>\$29.952,00</b>

Elaborado por: (Autores)

##### 6.3.4.2 Gastos Generales

Tabla 33 : Gastos Generales

GASTOS GENERALES	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Arriendo	\$ 400,00	\$4.800,00
Útiles de Aseo	\$ 15,00	\$180,00
Plan de Marketing	\$ 700,00	\$8.400,00
Plan de Mitigación	\$ 191,67	\$2.300,04
Plan de Compensación	\$ 108,33	\$1.299,96
<b>TOTALES</b>		<b>\$16.980,00</b>

Elaborado por: (Autores)

## CAPÍTULO 7

### 7. ESTUDIO FINANCIERO

#### 7.1. Estado de situación inicial

*Tabla 34: Estado de Situación Inicial*

<b>ACTIVOS</b>	<b>\$</b>	<b>26.942,96</b>
Activos Corrientes	\$	8.631,96
Bancos	\$	8.631,96
<b>Activos Fijos</b>	<b>\$</b>	<b>16.936,00</b>
Equipo de Oficina	\$	5.775,00
Equipo de computo	\$	10.854,00
Gastos Legales o de Constitución	\$	307,00
<b>Activos Intangibles</b>	<b>\$</b>	<b>1.375,00</b>
Hosting-Plantilla	\$	1.375,00
<b>PASIVOS</b>	<b>\$</b>	<b>16.942,96</b>
IVA por pagar	\$	6,96
Pasivo fijo	\$	16.936,00
Préstamo Bancario	\$	16.936,00
<b>Patrimonio</b>	<b>\$</b>	<b>10.000,00</b>
Capital Social	\$	10.000,00
<b>PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$</b>	<b>26.942,96</b>

**Elaborado por:** (Autores)

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

Tabla 35: Balance General

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos Corrientes</b>	\$ 25.930,12	\$ 16.578,68	\$28.286	\$42.387	\$58.990	\$78.204
Caja – Bancos	\$ 15.930,12	\$ 6.578,68	\$18.286	\$32.387	\$48.990	\$68.204
Inventarios	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
<b>Activos Fijos Netos</b>	\$ 15.870,09	\$ 13.738,28	\$9.475	\$5.211	\$947	-\$3.316
Activos Fijos	\$ 16.936,00	\$ 16.936,00	\$16.936	\$16.936	\$16.936	\$16.936
(Depreciación acumulada)	-\$ 1.065,91	-\$ 3.197,72	-\$7.461	-\$11.725	-\$15.989	-\$20.252
<b>Total Activos</b>	\$ 41.800,21	\$ 30.316,96	\$37.760	\$47.598	\$59.937	\$74.888
<b>Pasivos</b>	\$ 16.956,88	\$ 14.380,60	\$11.526,32	\$8.213,21	\$4.367,50	\$96,42
<b>Préstamo</b>	\$ 16.936,00	\$ 14.477,02	\$11.622,74	\$8.309,63	\$4.463,92	\$0,00
<b>IVA por pagar</b>	\$ 20,88	\$ 96,42	\$96,42	\$96,42	\$96,42	\$96,42
<b>Patrimonio</b>	\$24.843,33	\$ 15.936,36	\$26.234	\$39.385	\$55.570	\$74.984
Aporte Futura Capitalización	\$ 14.166,10	0	0	0	0	0
Utilidad del Ejercicio	\$ 10.677,23	\$ 5.259,12	\$10.298	\$13.151	\$16.185	\$19.415
Utilidades Retenidas		\$ 10.677,23	\$15.936	\$26.234	\$39.385	\$55.570
<b>Pasivo + Patrimonio</b>	\$ 41.800,21	\$ 30.316,96	\$37.760	\$47.598	\$59.937	\$74.888
		\$ 0,00	0,0	0,0	0,0	0,0

Elaborado por: (Autores)

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

*Tabla 36 : Estado de Resultados Proyectado*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Total</b>
Ventas	\$ 92.400,00	\$97.020	\$101.871	\$106.965	\$112.313	\$510.568
(Costos Directos)	\$ 11.938,60	\$12.536	\$13.162	\$13.820	\$14.511	\$65.968
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$80.461,40</b>	<b>\$84.484</b>	<b>\$88.709</b>	<b>\$93.144</b>	<b>\$97.801</b>	<b>\$444.600</b>
(Costos Indirectos)	\$ 57.960,00	\$57.960	\$57.960	\$57.960	\$57.960	\$289.800
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$22.501,40</b>	<b>\$26.524</b>	<b>\$30.749</b>	<b>\$35.184</b>	<b>\$39.841</b>	<b>\$154.800</b>
(Depreciación)	\$ 1.349,42	\$ 1.349	\$1.349	\$ 1.349	\$ 1.349	\$ 6.747
(Gastos Financieros)	\$ 974,21	\$797	\$601	\$383	\$141	\$2.896
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 20.177,77</b>	<b>\$24.378</b>	<b>\$28.798</b>	<b>\$33.452</b>	<b>\$38.351</b>	<b>\$145.157</b>
(Impuestos 25%)	\$ 5.044,44	\$6.094	\$7.200	\$8.363	\$9.588	\$52.619
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 15.133,33</b>	<b>\$18.283</b>	<b>\$21.599</b>	<b>\$25.089</b>	<b>\$28.763</b>	<b>\$108.867</b>

8316,2

**Elaborado por:** (Autores)

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 los 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

Tabla 37: Flujo de Caja Proyectado Año 0 al Año 5

Descripción	Año Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	\$ 38.100,00	\$ 114.300,00	\$160.020	\$168.021	\$176.422	\$185.243	<b>\$804.006</b>
(Costos Directos)	\$ 19.395,00	\$ 58.185,00	\$93.113	\$97.769	\$102.658	\$107.791	<b>\$459.516</b>
(Costos Indirectos)	\$ 2.774,88	\$ 44.157,12	\$46.932	\$46.932	\$46.932	\$46.932	<b>\$231.885</b>
<b>Flujo Operativo</b>	<b>\$ 15.930,12</b>	<b>\$ 11.957,88</b>	<b>\$19.975</b>	<b>\$23.320</b>	<b>\$26.832</b>	<b>\$30.521</b>	<b>\$112.605</b>
<b>Ingresos no operativos</b>	<b>\$ 26.936,00</b>						<b>\$26.936</b>
Crédito	\$ 16.936,00						<b>\$16.936</b>
Aporte Propio	\$ 10.000,00						<b>\$10.000</b>
<b>Egresos no operativos</b>	<b>\$ 27.720,87</b>	<b>\$ 5.379,20</b>	<b>\$8.267</b>	<b>\$9.218</b>	<b>\$10.230</b>	<b>\$11.306</b>	<b>\$71.337</b>
<b>Inversiones</b>	<b>\$ 26.936,00</b>						<b>\$26.936</b>
<i>Activos Fijos</i>	\$ 16.936,00						<b>\$16.936</b>
<i>Capital de Trabajo</i>	\$ 10.000,00						<b>\$10.000</b>
Pago de dividendos	\$ 627,90	\$ 3.626,16	\$4.835	\$4.835	\$4.835	\$4.835	<b>\$22.966</b>
Impuestos	\$ 156,97	\$ 1.753,04	\$3.433	\$4.384	\$5.395	\$6.472	<b>\$21.436</b>
<b>Flujo No Operativo</b>	<b>\$ -784,87</b>	<b>-\$ 5.379,20</b>	<b>-\$8.267</b>	<b>-\$9.218</b>	<b>-\$10.230</b>	<b>-\$11.306</b>	<b>-\$44.401</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 15.930,12</b>	<b>\$ 6.578,68</b>	<b>\$11.707</b>	<b>\$14.101</b>	<b>\$16.603</b>	<b>\$19.214</b>	<b>\$68.204</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>\$ 15.930,12</b>	<b>\$ 6.578,68</b>	<b>\$18.286</b>	<b>\$32.387</b>	<b>\$48.990</b>	<b>\$68.204</b>	

Elaborado por: (Autores)

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.



La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como **saldo o flujo neto**, reflejan un saldo positivo que significa que los ingresos del período fueron mayores a los egresos (o gastos).

Flujo de Caja nos permite conocer en forma rápida **la liquidez de la empresa**, entregándonos una información clave que nos ayuda a tomar decisiones tales como:

- ¿cuánto podemos comprar de mercadería?
- ¿Podemos comprar al contado o es necesario solicitar crédito?,
- ¿Debemos cobrar al contado o es posible otorgar crédito?
- ¿Podemos pagar las deudas en su fecha de vencimiento o debemos pedir un refinanciamiento?
- ¿Podemos invertir el excedente de dinero en nuevas inversiones?

#### 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.

Tabla 38: Análisis Pay Back

<b>Payback (Recuperación de la Inversión)</b>	<b>(Menor al plazo)</b>		
<b>Año de Recuperación de la Inversión</b>	<b>Año</b>	<b>3</b>	
<b>Diferencia con Inversión Inicial</b>	-\$26.936	<b>\$32.387</b>	<b>\$15.784</b>
<b>Flujo Mensual Promedio Año Siguiete</b>	<b>\$16.603</b>	12	<b>\$1.384</b>
<b>Número de Meses</b>	\$15.784	\$1.384	<b>11</b>

Elaborado por: (Autores)

Tabla 39 : Análisis de Rentabilidad

<b>Valor Actual Neto</b>	\$4.567
<b>Índice de Rentabilidad</b>	1,17
<b>Rendimiento Real</b>	17%
<b>Tasa Interna de Retorno</b>	34%

Elaborado por: (Autores)

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

Tabla 40: Ratios de Inversión

<b>Precio de equilibrio</b>	\$112.247 70% 20.370 Unidades
<b>Valor Agregado sobre Ventas</b>	26%
<b>Índice de Empleo</b>	417%
<b>Riesgo de Iliquidez</b>	25%
<b>Margen Neto de Utilidad</b>	7%
<b>ROA</b>	11,2
<b>Dupont</b>	79%

Elaborado por: (Autores)

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

Tabla 41. Análisis de Sensibilidad VAN - TIR

	AÑO 0	7 %	13%	-5%
CANTIDAD DE VENTAS	<b>29.040</b>	<b>31.072</b>	<b>32.815</b>	<b>27.588</b>
PRECIO DE VENTAS	<b>\$152.400,00</b>	<b>163.068,00</b>	<b>\$172.212,00</b>	<b>\$144.780,00</b>
VAN	\$4.567	\$7451	\$16.326	-\$9.303
TIR	34%	39%	54%	-12%

Elaborado por: (Autores)

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 aumente 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.

## RECOMENDACIONES

El proyecto oki entregas resulta factible para su ejecución sumergirse en la tecnología y beneficiarse de ella es la tendencia de los negocios de hoy en día, convirtiéndolo en una propuesta de negocio atractiva por ello se recomienda:

- Incrementar la línea de servicios que ofrece oki entregas adaptándose a las necesidades de nuestros clientes.
- Realizar una mayor inversión para transformar nuestra plataforma en una aplicación que pueda ser admitida en la play store de teléfonos Android y Apple.
- No descuidar las alianzas estratégicas con proveedores establecimientos afiliados ya que ellos son las clave para oki entregas.
- Innovar constantemente las estrategias relacionadas al marketing ya que estas varían según los cambios en el mercado.
- Realizar servicio post venta permitirá abrir más la comunicación entre cliente y la empresa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

50Minutos.es. (2016). *Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito*. Madrid: 50Minutos.es.

Art. 92 la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008. (29 de Diciembre de 2017). Registro Oficial 312 de 05-nov.-1999. Ecuador.

Artículo 92 de la Ley de Compañías, r. p. (26 de enero de 2006). Ecuador.

Benemérito Cuerpo de Bomberos. (2 de Enero de 2018). Obtenido de

<https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/permisos/>

Castellanos, M. H. (2018). *FORMULA PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA POBLACIONES FINITAS*. Obtenido de <https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/>:

<https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>

Fantoni, Á. L. (2008). *Colores Corporativos*. Madrid: ESIC.

GAD Municipal Milagro. (30 de Enero de 2016). *Art. 7 de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública - LOTAIP*. Obtenido de

[http://milagro.gob.ec/archivos/pdf/lotaip/literalf/literalf1\\_enero2016.pdf](http://milagro.gob.ec/archivos/pdf/lotaip/literalf/literalf1_enero2016.pdf)

INEC. (2010). <http://app.sni.gob.ec/>. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0910_MILAGRO_GUAYAS.pdf)

[link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0910\\_MILAGRO\\_GUAYAS.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0910_MILAGRO_GUAYAS.pdf)

INEC. (2010). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>. Obtenido de

[inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/Proyecciones\\_Poblacionales/proyeccion\\_cantonal\\_total\\_2010-2020.xlsx](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/proyeccion_cantonal_total_2010-2020.xlsx)

Ley Organica de Comunicación. (2019). <http://www.cordicom.gob.ec>. Obtenido de [http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/Ley\\_Organica\\_Comunicacion\\_reformada.pdf](http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/Ley_Organica_Comunicacion_reformada.pdf)

Lloreda, E. Z. (2015). *Plan de Negocio*. Mexico: ESIC Editorial.

Ministerio del Ambiente. (2018). *Sistema Único de Información Ambiental- SUIA*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Manual-de-Regularizacion-Ambiental.pdf>

Porter, M. (1986). *Ventaja Competitiva*. Mexico: C.E.C.S.A.

Porter, M. E. (2017). *Ser competitivo edicion actualizada y aumentada*. España: Grupo Planeta.

Ros, Vicente José. (2015). *e-Branding: posiciona tu marca en la red*. España: NetBiblo.

Santos, D. d. (1990). *El marketing mix: conceptos, estrategias y aplicaciones*. Ediciones Díaz de Santos.

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2001). *Comportamiento del consumidor*. Madrid: Pearson Educación.

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Requisitos para Obtencion del RUC*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

# ANEXOS



## Revisión de anti plagio

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%

# Registro de acompañamiento

REPÚBLICA DEL ECUADOR



## UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO



Milagro, 11 de noviembre del 2019

### REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 28-11-2018 Fin 31-10-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO

CARRERA: LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Línea de investigación: MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD (EMPRENDIMIENTO) 2019

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA DE SERVICIO DE ENTREGA

ACOMPAÑANTE: ROMERO GARDENAS ERIKA JADIRA

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	LOPEZ ORTIZ JOHANNA JACQUELINE	0920949484	LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL
2	SAMANIEGO PEÑAFIEL JONATHAN GERARDO	0940128796	LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Nº	FECHA	HORA		Nº HORAS	DETALLE
1	07-06-2019	Inicio: 10:15 a.m.	Fin: 11:15 a.m.	1	LINEAMIENTOS PARA GENERAR IDEAS DE NEGOCIO
2	11-06-2019	Inicio: 08:25 a.m.	Fin: 09:25 a.m.	1	SELECCIÓN DE IDEA, EXPLICACIÓN DE INTRODUCCIÓN, DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIOS OBJETIVO DE NEGOCIO, MISIÓN Y VISIÓN
3	18-06-2019	Inicio: 08:24 a.m.	Fin: 09:24 a.m.	1	REVISIÓN DE INTRODUCCIÓN, DESCRIPCIÓN DE NEGOCIOS, MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS: GENERAL - ESPECÍFICOS Y FODA
4	02-07-2019	Inicio: 08:19 a.m.	Fin: 10:19 a.m.	2	REVISIÓN DE CAPÍTULO DOS ANÁLISIS DE MERCADO, MERCADO DE LA DEMANDA, INVESTIGACIÓN DE MERCADO, PLAN DE MARKETING.
5	09-07-2019	Inicio: 08:29 a.m.	Fin: 09:29 a.m.	1	SE ENVÍA A CORREGIR CAPÍTULO DOS Y TRES DE LA ESTRUCTURA DE PLAN DE NEGOCIO, EXISTEN FALENCIAS EN LA ARGUMENTACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO Y EN CIERTOS TEMAS PRESENTADOS
6	16-07-2019	Inicio: 08:40 a.m.	Fin: 09:40 a.m.	1	LOS EGRESADOS NO TRAJERON NI EN FÍSICO NI EN DIGITAL LA INFORMACIÓN QUE SE LES ENVIO A CORREGIR. SE RESPONDE A DUDAS DE OTRAS TEMÁTICAS DEL PLAN DE NEGOCIO. SE EXPLICA CAPÍTULO CUATRO TIPO DE ORGANIZACIÓN, ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.
7	30-07-2019	Inicio: 08:15 a.m.	Fin: 10:15 a.m.	2	REVISIÓN DE TIPO DE ORGANIZACIÓN, ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, FUNCIONES, EQUIPOS PARA LA PARTE ADMINISTRATIVO. DOCUMENTO DEBE SER MEJORADO.
8	23-07-2019	Inicio: 08:15 a.m.	Fin: 10:15 a.m.	2	REVISIÓN DE CORRECCIÓN DE CAPÍTULO UNO, DOS Y TRES. DEBEN REALIZAR AJUSTES EN VARIOS TEMAS.
9	06-08-2019	Inicio: 08:15 a.m.	Fin: 10:15 a.m.	2	SE ENVÍA A CORREGIR EL ESTUDIO LEGAL, AMBIENTAL, ECONÓMICO Y FINANCIERO PORQUE PRESENTA INCONSISTENCIAS.
10	08-08-2019	Inicio: 09:11 a.m.	Fin: 10:11 a.m.	1	SE PROCEDIÓ A REVISAR LA PARTE ECONÓMICA FINANCIERA LA MISMA QUE POR TERCERA OCASIÓN SE ENVÍA A CORREGIR PARA REVISIÓN POSTERIOR.
11	14-08-2019	Inicio: 11:11 a.m.	Fin: 13:11 p.m.	2	REVISIÓN DE DOCUMENTO FINAL

ROMERO GARDENAS ERIKA JADIRA  
PROFESOR(A)

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26  
Conmutador: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107  
Telefax: (04) 2715187  
Milagro • Guayas • Ecuador

**VISIÓN**

Ser una universidad de docencia e investigación.

SOLIS GRANDA LUIS EDUARDO  
DIRECTOR(A)

La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y oferta servicios que demanda el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

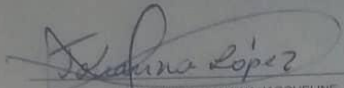
www.unemi.edu.ec

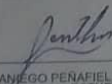
REPÚBLICA DEL ECUADOR



# UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO



  
LÓPEZ ORTIZ JOHANNA JACQUELINE  
ESTUDIANTE

  
SAMANIEGO PENAFIEL JONATHAN GERARDO  
ESTUDIANTE

www.unemi.edu.ec

www.unemi.edu.ec

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 28  
Conmutador: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107  
Telefax: (04) 2715187  
Milagro • Guayas • Ecuador

**VISION**  
Ser una universidad de docencia e investigación.

**MISION**  
La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y oferta servicios que demanda el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

**Fotografías de acompañamiento**



