



**MODELO DE
NEGOCIOS**
PROFESIONALIZANTES

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS**

**ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL
MODELO DE NEGOCIOS “Click to fix”**

Elaborado por:

Ricardo Alfonso Paredes Abeiga

Tutoría por: Annabelle Figueroa Lizarzaburu

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración y Marketing Estratégico

**Guayaquil, Ecuador
Enero, 2019**

Índice

Resumen ejecutivo	1
Objetivo general y específicos del proyecto	2
Objetivo general	2
Objetivos específicos	2
Descripción del modelo de negocio	2
Definición y testeo de idea de negocio	2
Estudio de mercado	4
Resultados de la investigación	7
Análisis 5C's	8
Plan de marketing	12
Promoción y Comunicación	13
Estudio Técnico	15
Descripción del producto/servicio	15
Proceso de producción/ prestación del servicio	15
Determinación de la capacidad productiva	16
Ubicación del Proyecto	16
Diseño arquitectónico	16
Costos	17
Vida Útil del Proyecto	17

Estudio Organizacional Administrativo.....	18
Planeación estratégica y del Recurso Humano	18
Necesidades de Recursos Humanos.....	19
Compensaciones.....	27
Indicadores Claves de Gestión (KPI's).....	27
Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial	30
Plan de Evaluación Financiera del Proyecto.....	32
Presupuesto	32
Planeación Financiera	34
Evaluación del Proyecto.....	37
Análisis de Sensibilidad.....	37
Conclusiones	38
Referencias.....	39
Apéndices.....	41

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Unidades de análisis y herramientas de investigación</i>	6
Tabla 2 <i>Perfil Gerente general y financiero</i>	19
Tabla 3 <i>Perfil Supervisor de Operaciones</i>	21
Tabla 4 <i>Perfil Recepcionista/Asistente contable</i>	22
Tabla 5 <i>Perfil Analista de Servicios Varios</i>	23
Tabla 6 <i>Perfil Gerente de Marketing/Community manager</i>	24
Tabla 7 <i>Servicios prestados por Biomed</i>	26
Tabla 8 <i>Estado de pérdidas y Ganancias</i>	35
Tabla 9 <i>Balance general proyectado</i>	35

Índice de Figuras

<i>Figura 1</i> Fórmula para definir la muestra	5
<i>Figura 2</i> Logotipo	14
<i>Figura 3</i> Organigrama de la Compañía	19
<i>Figura 4</i> Nómina.....	27
<i>Figura 5</i> Bonificaciones Anuales	27
<i>Figura 6</i> Cuadro de mando integral.....	30
<i>Figura 7</i> Estrategias RSE.....	30
<i>Figura 8</i> Acciones RSE	31

Resumen ejecutivo

Click to fix es una empresa que ofrece servicios de reparación y mantenimiento en hogares dentro del perímetro urbano de Guayaquil y Samborondón, a través de un modelo de negocios de economía colaborativa, tendiendo así, una organización de cinco empleados bajo rol y una asociación con “maestros” informales especializados en los servicios que la empresa ofrece. *Click to fix* será una aplicación, por medio de la cual sus usuarios podrán solicitar los servicios ofertados y un “socio maestro” acudirá en su asistencia, este generará ingresos por cada trabajo realizado.

Click to fix, por medio de un modelo de negocio inclusivo, propone una empresa colaborativa, que pretende tener incidencia en el mejoramiento de las vidas de sus “socios maestros”. Así mismo, se proyecta ser la plataforma líder en el campo de las reparaciones en los hogares a lo largo del país. A fin de alcanzar este objetivo, tomando siempre en cuenta el modelo inclusivo y colaborativo que se propone, la empresa ha establecido una serie de valores como, la inclusión, la lealtad y la integridad.

Con el objetivo de asegurar el correcto funcionamiento, de acuerdo a la visión establecida, *Click to fix* pondrá en marcha una serie de prácticas, por ejemplo, los “maestros” que deseen asociarse a la empresa, deberán pasar por una serie de pruebas, entre esas psicosociales para determinar que se encuentren en plena capacidad de llevar a cabo sus labores. De la misma manera resulta importante para la empresa el aspecto de responsabilidad social que conlleva la asociación con los “maestros” informales, razón por la cual se plantean diversas actividades que van desde capacitaciones, hasta medidas preventivas de consumo de alcohol y drogas, lo que dotará de formalidad al ofrecer sus servicios y mejorará su calidad de vida.

Objetivo general y específicos del proyecto

Objetivo general

Desarrollar un plan administrativo y de responsabilidad social empresarial para la creación de un modelo de negocio inclusivo y de economía colaborativa, que ofrezca asistencia en los hogares en servicios como electricidad, cerrajería, plomería y pintura.

Objetivos específicos

- Despojar de informalidad a los “maestros” que ofrecen servicios de reparaciones en el hogar.
- Desarrollar los perfiles relativos a los cargos que integrarán la empresa.
- Generar confianza a los usuarios de *Click to fix*, por medio del modelo de negocios, a través de un personal en capacidad de llevar a cabo las labores solicitadas.
- Brindar seguridad a los usuarios, a partir de un proceso de selección del personal, el cual incluye pruebas psicosociales, que garantizan que el personal está en plena capacidad tanto fisiológicamente como psicológicamente para llevar a cabo su labor.
- Generar fidelización del personal, por medio de planes preventivos y educativos, lo que a su vez permitirá una mejoría en la vida de los “maestros” y su familia.

Descripción del modelo de negocio

Definición y testeo de idea de negocio

Descripción de la empresa

Click to fix es una aplicación dedicada a brindar servicios para el hogar tales como reparaciones e instalaciones.

Proceso Design Thinking

A fin de precisar el modelo de negocio a utilizar, se estudió y siguió los cinco pasos detallados en *Design Thinking* (Castillo, Álvarez & Cabana, 2014).

1. Empatizar: *Design Thinking* plantea la observación, el involucramiento y la entrevista como etapas a seguir para realizar un análisis de los potenciales clientes.
 - a. Observación: Existe un flujo notablemente bajo de clientes en cuanto a los auxiliares de reparaciones del hogar. Así mismo, se pudo observar gran cantidad de informalidad por parte de estos últimos. Por otro lado, se percibió un sentimiento generalizado de desconfianza de la clientela.
 - b. Involucramiento: En esta fase se planteó buscar un auxiliar a fin de contratarlo. A partir de este experimento, se comprobó lo observado en la etapa precedente.
 - c. Entrevista: En este paso, se pudo reconfirmar lo experimentado en fases anteriores, a través de entrevistas a clientes que requerían estos servicios.
2. Definir: A partir del análisis anterior fue posible concluir que la informalidad existente dentro de este mercado, propicia percepciones adversas hacia la oferta existente.
3. Idear: Se ideó, a partir de las carencias presentes en la oferta actual, la creación de una plataforma digital accesible a través de la web y a partir de cualquier dispositivo móvil.
4. Prototipar: Se generó un diagrama de flujo, de la misma manera se realizaron varios bocetos de la plataforma.

Estudio de mercado

Investigación de Mercado

Objetivo general.

Diagnosticar si una aplicación, por medio de la cual se ofrecen prestaciones para reparaciones para el hogar en el perímetro urbano de Guayaquil y Samborondón, tiene un nivel de aceptación favorable.

Objetivos específicos.

- Reconocer pautas de utilización de prestaciones de trabajos dentro del hogar.
- Determinar los agentes principales que intervienen al momento de decidir solicitar reparaciones para el hogar.
- Delimitar la amplitud de desembolso por parte de los usuarios de este tipo de servicios.
- Precisar la propuesta de valor otorgada por la competencia, así como la satisfacción de los clientes frente a la misma.
- Reconocer los medios de comunicación habituales y no habituales escogidos por los potenciales usuarios de *Click to Fix*.
- Sondar socios estratégicos dentro de la construcción, para de esta manera reconocer sus particularidades, captación acerca de tópicos como la inclusión y evaluar potenciales oportunidades de negocios.
- Comprender las necesidades, competencias y predilecciones de quienes suministran prestaciones de reparaciones para el hogar.

Población.

La presente investigación se lleva a cabo en la ciudad de Guayaquil, aquí la estadística del público objetivo es de 81,645.92 personas. Este cálculo será detallado en el apartado Estudio de Mercado.

Muestra.

En cuanto se calcula los habitantes que representan el total de los potenciales consumidores, se procede a determinar una muestra representativa de la misma. El portal en línea *Pysma* (2015), establece la siguiente como fórmula para precisar el volumen de la muestra probabilística:

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

Figura 1 Fórmula para definir la muestra

Nota. Tomado de *Pysma* (2015)

Es así que “N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción). Lo cual da como resultado 337 personas, quienes son parte de la muestra para esta investigación.

Diseño de la Investigación

Para la presente investigación, se aplica una metodología compuesta, con una perspectiva cuali-cuantitativa, de acuerdo a lo que indicaron Hernández, Fernández y Baptista (2010), este enfoque da pie a que la información recogida de desde lo cualitativo, leyes y causales, mientras que desde lo cualitativo, un mejor entendimiento del fenómeno, basado en el punto de vista de los participantes.

Desarrollo de Técnicas de Investigación

Encuestas, entrevistas, grupo focal y observación participante fueron las herramientas utilizadas. Las unidades que comprendieron este análisis fueron: consumidores potenciales, maestros informales y funcionarios con poder de decisión de empresas.

Tabla 1

Unidades de análisis y herramientas de investigación

Unidades de Análisis	Objetivo que se cubrió	Herramienta
	Identificar patrones de consumo de servicios para arreglos, mantenimientos e instalaciones para el hogar.	
Consumidores potenciales	Establecer los factores claves que influyen en la decisión de compra de servicios para arreglos, mantenimientos e instalaciones para el hogar.	377 encuestas 4 observaciones participantes 8 participantes en focus group
Consumidores potenciales	Determinar la capacidad de pago del consumidor de servicios para arreglos, mantenimientos e instalaciones para el hogar.	377 encuestas
Consumidores potenciales Maestros informales	Definir la oferta de valor que entrega la competencia y el nivel de satisfacción que entregan a los consumidores.	377 encuestas 4 Observaciones participante
Consumidores potenciales	Determinar los canales de comunicación tradicionales y no tradicionales preferidos por el consumidor potencial de la empresa <i>Click to Fix</i> .	377 encuestas
Funcionarios de empresas, potenciales socios estratégicos	Mapear aliados estratégicos en el sector de la construcción para identificar sus características, percepción sobre temas de inclusión y posibles oportunidades de negocio.	3 Entrevistas
Maestros informales	Entender las necesidades, percepciones, capacidades e intereses de los proveedores de servicios de arreglos, mantenimientos e instalaciones para el hogar.	4 Entrevistas

Nota. Tomado de Gerencia de Marketing "Click to Fix". Wilson Moreno (2018)

Resultados de la investigación

Investigación cualitativa.

Clientes potenciales: Se analizó un conjunto de personas, de las cuales la mitad arrendaba su hogar y la otra mitad eran propietarios. La totalidad de las personas expresaron que han hecho reparaciones, y han gastado un promedio de \$50.00 por reparación. Así mismo se determinó que contratan a personal recomendado y buscan una opción de alta calidad y segura.

“Socios Maestros”: En términos generales hay una respuesta positiva hacia la propuesta de trabajo con *Click to fix*, siempre que la retribución a la empresa no sea mayor al 25%, debido a que actualmente, acorde a lo que ellos manifestaron, hay una inestabilidad en sus ingresos, los cuales no son muy elevados.

Socios estratégicos: A partir de un primer contacto con Generamedios, se pudo determinar que dicha compañía está dispuesta a colaborar con *Click to fix*. Además, se contactó a tres compañías de arreglos y mantenimiento de aires acondicionados, con la pretensión que *Click to fix* ataque dicho mercado.

Investigación cuantitativa.

De un grupo de 337 encuestados, fue posible determinar que un 77.7% son tarjetahabientes, y que entre ellos el 62.1% ha hecho uso de este recurso para transacciones en línea. De los encuestados que poseen tarjeta de crédito 183 se hacen cargo de los gastos por reparaciones en sus hogares. El 67% de las personas encuestadas acuden a alguien cercano para recomendaciones relativas a las prestaciones de reparaciones. A través de las encuestas fue posible determinar que en promedio el presupuesto para los servicios antes mencionados es de \$33.90. Por otra parte, también se determinó que quienes fueron encuestados utilizan las redes sociales, especialmente *Facebook* e *Instagram*, para recibir información de tópicos de su interés.

Por medio de las encuestas fue posible también recabar información demográfica, lo que refleja que el 57% de los sujetos se encuentra entre las edades de 24 y 44 años, donde se encuentran tanto hombres y mujeres con trabajo y con título sea de tercer o cuarto nivel y habitan en su mayoría al norte de la ciudad. La mayoría de encuestados percibe un sueldo menor a \$500.00.

Análisis 5C's

Contexto

Análisis PEST.

Este análisis permite estudiar el contexto político, económico, social y tecnológico del espacio donde se llevará a cabo un negocio (Chapman, 2004).

Político: A causa de una separación del partido político que había administrado el país durante diez años, se considera que existe una situación inestable a nivel político en Ecuador. Así mismo, el presidente actual ha anunciado su baja tolerancia hacia la corrupción, pero este pronunciamiento carece de credibilidad (Estado, 2018).

Económico: En el 2018 fue anunciado que Ecuador no goza de una buena situación económica, sin embargo el gobierno actual pronostica un progreso constante en este aspecto, pero estas proyecciones se perciben como inviables (El Universo, 2018).

Social: En el país los factores que determinan la obtención de un empleo más bien tienen que ver con cuestiones de género, nivel socioeconómico y entorno familiar, generando una brecha social (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2018). Las personas que ofrecen prestaciones de manera informal, encuentran las mismas dificultades

Tecnológico: Ha habido un aumento exponencial en la utilización del internet fijo en el país (Espinoza, 2018), así como una mayor utilización del comercio electrónico, a esto hay que sumar que Guayaquil posee una gran cantidad de zonas con internet gratuito (El Universo, 2018).

Compañía

Análisis FODA.

- **Fortalezas**
 - Inmediatez con la que se concederán las prestaciones.
 - Seguridad, habrá una verificación de las personas que prestaran los servicios de arreglos en los hogares de los clientes.
 - Servicio al cliente, este aspecto de la compañía será predominante debido a que nuestros colaboradores estarán capacitados para ello.
- **Oportunidades**
 - Proposición de valor que parte de importantes fallos presentes en el mercado actual.
 - Oferta por parte del Estado para invertir en proyectos de negocios en los años a venir.
- **Debilidades**
 - Posible resistencia inicial a la aplicación creada para esta propuesta.
 - Deslealtad por parte de quienes realizan los trabajos en los hogares de los clientes, debido a que al establecer un contacto directo, estos podrían acordar.
- **Amenazas**
 - Aplicación propensa a una copia exacta por parte de agentes externos.
 - Inestabilidad de la economía nacional.

Clientes

Mercado Objetivo.

Se ha definido como mercado objetivo a la población que habita en Guayaquil, Samborondón y Daule, quienes sean jefes de familia, poseedores de una tarjeta, entre las edades de 25 y 54 años y cuyo estatus socioeconómico sea A+, B+ o C+.

Mercado potencial.

De acuerdo a cifras publicadas en el 2012 por el INEC entre las zonas de Guayaquil, Samborondón y Daule suman 2'793,622.68 habitantes en total, de esta cantidad 1'106,553.94 de ciudadanos tienen entre 25 y 56 años; de esta parte de la ciudadanía 397,252.87 se encuentran dentro de los estatus socioeconómicos A+, B+ y C+. En esas zonas del país se ha determinado que hay en promedio 3.8 personas por casa, por tanto, se divide 397,252.87 para 3.8 lo que arroja como resultado 104,540 jefes de familia englobados en los criterios indicados previamente. No obstante, se precisó que el 77.7% de los clientes potenciales poseen tarjeta de crédito o débito. De esta manera, al valorar el 77.7% de 104,540.23, se obtiene que 81,645.92 personas conforman el mercado potencial.

Demanda Potencial.

La demanda potencial en la ciudad de Guayaquil en cuanto a servicios de reparaciones en el hogar es de \$3'767,306.74 por mes. Fue posible llegar a esa conclusión tomando en cuenta el mercado potencial y la demanda total, la cual es de \$33.90 por mes; por tanto si se llega a penetrar el 10% de ese mercado nuestra demanda será la indicada en líneas anteriores.

Descripción del mercado.

El mercado para esta propuesta está compuesto por hombres y mujeres alrededor de las edades de 25 y 54 años, y quienes poseen el poder de decisión en su hogar, que además son

tarjetahabientes y que no tienen inconvenientes en utilizar su tarjeta al momento de pagar diversos servicios en línea. Así mismo, se relacionan con la tecnología y velan tanto por su seguridad, como por la de su hogar.

Competencia

Mapa de la competencia.

Gran cantidad de las personas entrevistadas en el proceso de investigación, expresaron su descontento frente a la falta de accesibilidad a los servicios de reparaciones del hogar, por medio de tarjetas de crédito. Por otro lado, un factor que se hizo notar en cuanto a quienes ofrecen servicios de reparación de manera informal se refiere, fue la seguridad. También se evaluó la velocidad de quienes proveen estos servicios, en este aspecto no se emitieron críticas adversas.

Análisis competitivo de la industria (5 Fuerzas de Porter)

Una vez evaluadas las cinco fuerzas que propone el modelo de negocio, a partir de las mismas se pretende generar estrategias que hagan posible mitigar las fuerzas ejecutadas. En primer lugar, se encuentran los productos sustitutos y competidores actuales, los cuales están considerados como una fuerza de bajo nivel, razón por la cual no se desarrolla una estrategia. El carácter informal y la desorganización del mercado actual, hace posible que *Click to fix* sea vista como una empresa con un valor superior a la oferta existente.

No obstante, resulta importante diversificar los servicios ofrecidos, debido a que el concepto de la propuesta tiene alto riesgo de ser copiado. De ahí que, resulte imperativo un posicionamiento veloz de la marca. Por otro lado, resulta significativo tomar en cuenta las valoraciones de los potenciales “socios maestros” sobre el concepto de la propuesta. Se ha concluido que hay que hallar una tarifa que sea rentable para ambas partes.

A fin de aplacar la fuerza concerniente a los clientes, es importante que la campaña de marketing agregue valor al negocio, así mismo, se debe procurar mantener una calidad excelente en los servicios prestados.

Colaboradores (Alianzas estratégicas).

En primer lugar, los “maestros” que realizan reparaciones en hogares. A través de las encuestas se pudo observar que se encuentran dispuestos a participar de un modelo de economía como el que propone *Click to fix*. Luego, se encuentran aquellas alianzas estratégicas concernientes a la capacitación de los auxiliares que deseen participar, para esto se ha encontrado apoyo en la empresa Fundamedios.

Plan de marketing

La posición estratégica

Actualmente, no hay una oferta una aplicación que proponga prestaciones de reparaciones en el hogar, además de garantizar seguridad. *Click to fix* ofrece un servicio, que a su vez pone en contacto de manera inclusiva a proveedores de servicios, con diversas profesiones que se han sido alejadas de un carácter formal, con cualquier usuario que necesite estas prestaciones.

Estrategia Competitiva

Se plantea aplicar estrategias de diferenciación, ya que las prestaciones ofertadas serán complementadas por un sistema de calificación para medir la calidad del servicio. Las características diferenciadoras serán la seguridad, el tiempo de respuesta y la calidad del servicio.

Diferenciales.

- Seguridad

- Servicio al cliente
- Agilidad

Producto / Servicio

Click to fix será presentado en forma de una aplicación móvil, en la cual se trabajará bajo un modelo de economía colaborativa con aquellas personas que tengan la capacidad de suministrar los servicios de reparaciones en las casas. Así mismo, *Click to fix* tendrá alianzas estratégicas por medio de las cuales será posible acceder a herramientas profesionales a un precio módico, así como capacitaciones regulares sobre estos productos y las marcas que los fabrican.

Precio.

A fin de establecer el precio, se ha decidido que la estrategia *SKIM* sea la empleada, es decir, se fijan precios elevados, que se justifican debido a los numerosos beneficios adheridos a la aplicación. Se pudo determinar que los auxiliares de reparaciones en hogares, estarían dispuestos a dar 20% por labor llevada a cabo.

Distribución.

El canal de distribución será directo, es decir las ventas serán ejecutadas vía la aplicación, donde el usuario tendrá que ingresar los datos de su tarjeta de crédito o débito.

Promoción y Comunicación

Nombre de la empresa.

Click to flix

Slogan.

Maestros confiables.

Logotipo.

Figura 2 Logotipo

Nota. Tomado de Gerencia de Marketing “Click to Fix”. Wilson Moreno (2018)

Plan de Medios

Facebook e Instagram resultan los espacios idóneos para manejar la comunicación de *Click to fix*, sobre todo, por lo que la empresa contará con perfiles en ambas redes; y destinará para publicidad un valor mensual de \$130.00 mensuales para publicidad en Facebook y \$180.00 para Instagram. Por otro lado, también se han previsto estrategias de comunicación fuera de redes sociales, así como estrategias de relaciones públicas. Por ejemplo, la empresa colocará un stand en la Feria Hábitat, donde habrá diversos juegos relacionados a los servicios que se ofrecen. También se tiene prevista la realización del evento “Lobbying Maestros”, a partir de una convocatoria a quienes trabajen en reparaciones en el hogar. A partir de este evento se busca en primera instancia llamara la atención de “maestros” que representen potenciales socios.

Estudio Técnico

Descripción del producto/servicio

Click to fix es una compañía que ofrece servicios de reparaciones en el hogar, a través de una aplicación móvil, dichos servicios serán brindados por “maestros” informales. De esta manera *Click to fix* propone tanto a aquellos “maestros” como a sus usuarios una mayor formalidad, al mismo tiempo que ofrece más seguridad. También podrá en funcionamiento un sistema de calificación que funciona para ambas partes, lo que servirá a la empresa para controlar el nivel de calidad de los servicios.

A fin de afianzar la seguridad, todos aquellos “socios maestros” a *Click to pasarán* por numerosas pruebas, por medio de las cuales se evaluará su capacidad de desarrollar su trabajo, de la misma manera estos serán capacitados en diversas áreas. Se implementará además un botón de seguridad, el cual al ser presionado enviará una alerta, así como un video a *Click to fix*, quienes se encargarán de llamar al 911.

Proceso de producción/ prestación del servicio

Se pondrá en marcha un proceso de selección meticuloso para los “socios maestros” de *Click to fix* para así asegurar un excelente servicio. Estos podrán registrarse a partir de la aplicación, donde deberán ingresar sus datos personales, a partir de lo cual les serán pedidos documentos para una eventual entrevista en las oficinas de la empresa, la cual será confirmada por correo electrónico. En la entrevista, los “maestros” pasarán por verificaciones psicotécnicas y de capacidad, en caso de ser aptos asistirán a una inducción.

Para los clientes el registro será más rápido, solo deberán ingresar sus datos personales, luego de lo cual recibirá un código de confirmación por razones de seguridad, deberá ingresar su medio de pago y finalmente validar su cuenta. Para solicitar los servicios el cliente deberá

seleccionar una categoría, luego la reparación e ingresar su dirección para que el “maestro” pueda llegar a su hogar.

La aplicación buscará “maestros” disponibles en dependencia de la distancia, así como de su puntuación y la cantidad de trabajos efectuados. Luego el “socio maestro” se presenta en el hogar del usuario, donde realizará su trabajo y cobrará lo indicado en la aplicación, a menos que, una vez en el sitio, se determine que se hará una reparación mayor, en ese caso se acordará un precio y tanto cliente como “maestro” ingresarán el nuevo valor en la aplicación.

Determinación de la capacidad productiva

La capacidad productiva de *Click to fix* será definida en relación al importe obtenido por ventas dentro del mercado meta. En consecuencia, se puede afirmar que la capacidad productiva de la empresa es directamente proporcional a la demanda potencial del servicio.

Capacidad Productiva

Teniendo conocimiento del número de peticiones, será posible conocer la capacidad de “socios maestros” disponibles. Por tanto, se tiene previsto contar con diez proveedores diariamente, lo que corresponde a quince personas por mes.

Ubicación del Proyecto

Click to fix no tiene una necesidad específica en cuanto a ubicación, así mismo no precisa la utilización espacios amplios. Por consiguiente, se ha contemplado una casa ubicada en la intersección de las calles Acacias y Las Monjas, en Urdesa central, dicho bien cuenta con 185.44 m².

Diseño arquitectónico

En un primer contacto con el dueño del inmueble descrito en el acápite precedente, se expresó la potestad que tendría *Click to fix* para realizar ciertas adecuaciones dentro del espacio,

por los cuales no se adicionarán cargos al contrato. Así mismo, el inmueble posee espacios que únicamente requieren de equipamiento específico de la empresa para funcionar.

Costos

Terreno y Obras Civiles

El primer mes la suma a cancelar es de \$1,560.00, luego de esto el pago mensual es de \$520.00 fuera de los servicios básicos. Además el dueño del inmueble accedió a hacer ciertas adecuaciones sin costo extra.

Equipos y Maquinarias.

Se ha contemplado la adquisición de una moto a ser utilizada por el supervisor de operaciones por un monto de \$1,593.20, incluyendo el casco correspondiente.

Así mismo se tiene previsto adquirir muebles y enseres para las diversas áreas de trabajo de la empresa, para la sala de capacitaciones se destinarán \$1,606.28, para la sala de reuniones \$578.42, para la recepción \$1,184.71, para el espacio de marketing y operaciones \$ 2,081.95, para la oficina del gerente \$1,241.60 y por último para la oficina de comunicaciones se destinarán \$408.97

Vida Útil del Proyecto

Se ha considerado que la vida útil del proyecto se extiende a cinco años, debido a las precipitadas transformaciones que se dan dentro del mundo de la tecnología; luego de este tiempo se deberá llevar a cabo una remodelación de la aplicación.

Estudio Organizacional Administrativo

Planeación estratégica y del Recurso Humano

Definición de Misión, Visión y valores

Misión.

Somos una empresa que trabaja como un modelo de negocio inclusivo; aplicando un concepto de empresa colaborativa que busca generar rentabilidad a la par de mejorar la calidad de vida de los maestros informales; ofreciendo un servicio de calidad al mercado guayaquileño.

Visión.

Al 2020 *Click to Fix* será la herramienta tecnológica número uno en proveer servicios de arreglos e instalaciones a los hogares ecuatorianos; a través de un modelo de negocio colaborativo e inclusivo.

Valores.

- **Inclusividad:** Estamos comprometidos con el desarrollo de nuestros socios “maestros”
- **Integridad:** Ser transparentes
- **Lealtad:** Comprometidos
- **Profesionalismo:** Conocimiento exhaustivo de nuestro rol
- **Colaboración:** Fomentar el trabajo en equipo

Organigrama de la organización

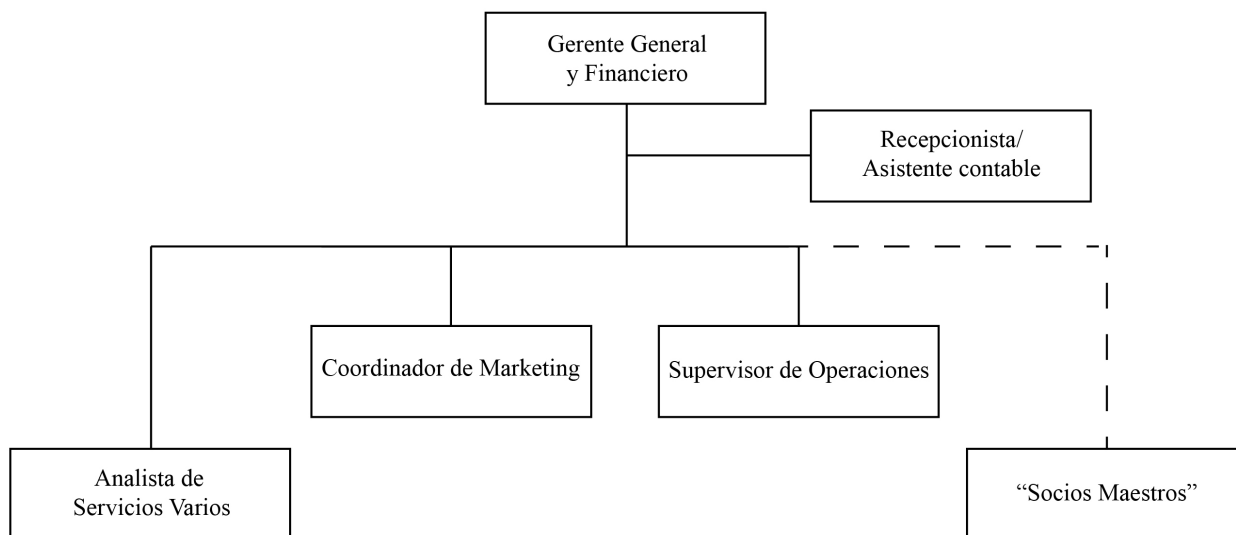


Figura 3 Organigrama de la Compañía

Necesidades de Recursos Humanos

Análisis y diseños de puestos del negocio

Gerente General y Financiero:

Tabla 2

Perfil Gerente general y financiero

Cargo:	Gerente General y Financiero
Personal a Cargo:	Cuatro (Toda la organización)
Reporta a:	Junta de accionistas
Formación Académica:	Título de 3er Nivel en Administración de Empresas o carreras de la administración
Experiencia:	Es indispensable que tenga un mínimo de 5 años de experiencia
Otros Idiomas:	Inglés (Nivel C1)

Planificar y supervisar las actividades de la empresa con el propósito de mantenerse enfocados al desarrollo de los objetivos específicos de corto a largo plazo. Administrar las labores del área financiera.

Objetivos:

Velar por la subsistencia de la oficina y mantener los recursos para el correcto funcionamiento de la misma.

- Organizar las actividades diarias de la empresa
 - Dar seguimiento a desarrollo de objetivos
 - Mantener en conocimiento de todas las actividades a la Junta Directiva
 - Generar reuniones semanales con todo el personal para validar resultados y dar retroalimentación
 - Velar por la maximización de recursos en la empresa.
 - Generar actividades de planificación financiera y estratégica
 - Supervisar relación con proveedor de servicios contables
 - Preparar Informes de gestión para la junta directiva
 - Planificar plan de capacitaciones
 - Controlar la calidad de servicio para mantener un estándar alto
 - Generar informes semanales de gestión
-

Funciones del cargo:

Supervisor de Operaciones:

Tabla 3

Perfil Supervisor de Operaciones

Cargo:	Supervisor de operaciones
Personal a Cargo:	
Reporta a:	Gerente General
Formación Académica:	Bachiller
Experiencia:	Es indispensable que tenga un mínimo de 3 años de experiencia en logística
Otros Idiomas:	No es indispensable
Objetivos:	<p>Dar seguimiento a la gestión de los usuarios proveedores de servicio para asegurar la calidad.</p> <p>Velar por el correcto funcionamiento de la plataforma.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Generar informes semanales de gestión · Auditoría de trabajos terminados · Evaluar al socio proveedores de servicios
Funciones del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> · Supervisar que los usuarios proveedores de servicio utilicen correctamente la aplicación · Velar por los planes de contingencia

Recepcionista/Asistente contable:

Tabla 4

Perfil Recepcionista/Asistente contable

Cargo:	Recepcionista/Asistente contable
Personal a Cargo:	
Reporta a:	Gerente General
Formación Académica:	Bachiller Contable (CBA)
Experiencia:	Es indispensable que tenga mínimo 1 año de experiencia
Otros Idiomas:	Inglés (Nivel B1)
Objetivos:	<p>Ser la encargada de recibir a los clientes y orientarlos con la persona que corresponda, de manera presencial o telefónica</p> <p>Asegurar el correcto flujo de información entre la empresa y su proveedor de servicios contables</p> <ul style="list-style-type: none"> · Atender la central de teléfonos · Recibir mensajes y comunicarlos · Direccionar la correspondencia de la empresa · Generar una bitácora de personas y documentos que atendió.
Funciones del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> · Administrar el archivo de la empresa · Generar informes de gestión semanales <p>Documentar ingresos y Egresos de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> · Encargada de la valija · Generar informes de gestión semanal

-
- Revisar información recibida por asesoría contable
 - Seguimiento de cobranzas
 - Enviar información contable en los tiempos establecidos
-

Analista de Servicios Varios:

Tabla 5

Perfil Analista de Servicios Varios

Cargo:	Analista de servicio varios
Personal a Cargo:	
Reporta a:	Gerente General
Formación Académica:	Bachiller
Experiencia:	No es necesario experiencia
Otros Idiomas:	No es indispensable
Objetivos:	Encargado de velar por la limpieza, mensajería y actividades varias de la empresa
Funciones del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> · Estará a cargo de la limpieza de toda la oficina · Será quien realice la correspondencia · Será quien apoye con los distintos trámites y permisos requeridos · Apoyará en bancos

Coordinador de Marketing/Community manager:

Tabla 6

Perfil Gerente de Marketing/Community manager

Cargo:	Coordinador de Marketing
Personal a Cargo:	Uno
Reporta a:	Gerente General
Formación Académica:	Bachiller o título de 3er nivel en marketing.
Experiencia:	Es indispensable que tenga un mínimo de 3 años de experiencia. Manejo de Ilustrador y photoshop
Otros Idiomas:	Inglés (Nivel B1)
Objetivos:	<p>Crear estrategias de medios utilizando como canal las redes sociales. Crear contenido de alta calidad para dichas estrategias.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Generar estrategias para publicitar en Facebook e Instagram · Dar seguimiento a las estadísticas en Facebook e Instagram <ul style="list-style-type: none"> · Generar contenido publicitario
Funciones del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> · Generar informes de gestión semanales · Crear cronogramas de publicaciones · Dar seguimiento e incrementar seguidores · Responder de manera ágil a comunicaciones por redes sociales

Procedimientos de selección de personal a implementar

- **Publicación de avisos:** En primer lugar, se publicarán avisos por cada uno de los puestos a ocupar dentro de la empresa (Ver apéndice A).
- **Recepción de *curriculum vitae*:** Los perfiles de los postulantes serán receptados, a partir de lo cual serán filtrados y se hará una selección inicial.
- **Primer llamado:** Aquellos postulantes que hayan entrado en la selección inicial, serán contactados con el fin de establecer una fecha de entrevista.
- **Entrevista:** Los candidatos que respondan a la etapa anterior serán entrevistados, para un estudio más cercano de sus perfiles.
- **Pruebas:** A fin de verificar los perfiles de los “socios maestros” seleccionados se implementará un sistema de pruebas psicológicas, para de esta manera poder determinar si se encuentran en plena capacidad para desarrollar el trabajo para el cual serán contratados.
- **Exámenes pre-ocupacionales:** Se llevaran a cabo exámenes médicos previos a la incorporación de los “socios maestros” a la empresa, mediante las cuales se logrará localizar si hay enfermedades preexistentes vinculadas al trabajo, secuelas de algún accidente relacionado al trabajo o alguna lesión que pueda agravarse por el desempeño de su labor. Con el objetivo de llevar a cabo de la mejor manera este paso, se planea una asociación con un laboratorio clínico.
- **Exámenes Ocupacionales:** Estos exámenes serán implementados con el objetivo de detectar el consumo de sustancias psicotrópicas y alcohólicas en los trabajadores. Para poder llevar a cabo esta etapa del proceso, se prevé una alianza con el Instituto de Neurociencias.

Además el personal de rol de *Click to fix*, se les realizarán los siguientes exámenes acorde a la ley vigente al momento. Dichos servicios serán brindados por el laboratorio clínico *Biomed*.

Tabla 7

Servicios prestados por Biomed

Requisitos de ley anuales	Clasificación de empresas				Base legal	Observaciones
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande		
Exámenes médicos preempleo, periódicos y retiro de los trabajadores	Si	Si	Si	Si	Art. 14 Decisión 584 Art. 11 Numeral 2 Acuerdo no.1404 Art. 11 Literal 6 Decreto Ejecutivo 2393 Art. 53 Literal CD513	Derecho a la confidencialidad Certificado de aptitud médica
Vigilancia de salud en relación a factores de riesgo	Si	Si	Si	Si	Art. 53 Literal H Art. 53 Literal CD513 Art. 10 AM 0135	
Programa de prevención de riesgo de salud reproductiva	Si	Si	Si	Si	Art. 332 Constitución política de la República del Ecuador Artículo 26 27 Decisión 584	
Programa de prevención del VIH	Si	Si	Si	Si	Acuerdo Ministerial 398 VIH-SIDA	
Programa de prevención de violencia psicológica	Si	Si	Si	Si	Art. 331 y 393 Constitución política de la República del Ecuador Art. COIP	
Programa de prevención de consumo de tabaco, drogas y alcohol	Si	Si	Si	Si	Art. 12 Decreto Ejecutivo 951 SETED – MDT 2016-001-A	
Programa de prevención psicosocial	Si	Si	Si	Si	Registro oficial no. 16 Función Ejecutiva del Ministerio Coordinador de producción, empleo y competitividad Pag.18 Art. 9	Art. 10 De las sanciones por incumplimiento del programa

Compensaciones

Descripción de las compensaciones del personal del negocio

Personas que dirigen el negocio

Nómina

CARGO	SUELDO	MESES	TOTAL INGRESOS	IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL A RECIBIR
GERENTE GENERAL Y FINANCIERO	1800.00	12	21600.00	2041.20	2041.20	19558.80
Gerente Marketing	650.00	12	7800.00	737.10	737.10	7062.90
RECEPCIONISTA	420.00	12	5040.00	476.28	476.28	4563.72
ANALISTA DE SERVICIO VARIOS	400.00	12	4800.00	453.60	453.60	4346.40
SUPERVISOR DE OPERACIONES	500.00	12	6000.00	567.00	567.00	5433.00
TOTAL	3770.00		45240.00	4275.18	4275.18	40964.82

Figura 4 Nómina

Personas que prestan soporte técnico

Total bonificaciones anuales

CARGO	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	BONOS	TOTAL DE BONIFICACIONES
GERENTE GENERAL Y FINANCIERO	1800.00	1800.00	386.00	900.00	4500.00	7586.00
Coordinador de Marketing	650.00	650.00	386.00	325.00	0.00	1361.00
RECEPCIONISTA	420.00	420.00	386.00	210.00	0.00	1016.00
ANALISTA DE SERVICIO VARIOS	400.00	400.00	386.00	200.00	0.00	986.00
Supervisor de Operaciones	500.00	500.00	386.00	250.00	0.00	1136.00
TOTAL	3770.00	3770.00	1930.00	1885.00	4500.00	12085.00
DECIMO TERCERO 2000/12*12						
DECIMO CUARTO 386/12*12						
VACACIONES 2000/24*12						
BONOS 300*12						

Figura 5 Bonificaciones Anuales

Indicadores Claves de Gestión (KPI's)

Fijación de principales KPIs del negocio

Gerencia Administrativa.

La Gerencia Administrativa de nuestro modelo de negocio tiene a su cargo a la Recepción (repcionista) y al Analista de Servicios, cargos claves para desarrollar una buena relación con los clientes. En la administración se lo conoce como CRM (Customer Resource Management / Administración de Relaciones con los Clientes).

Se han escogido dos KPI claves, uno para identificar las necesidades de los clientes y otro para conocer la satisfacción, estos son:

Net Promoter Score / Administración de relaciones con los clientes (NPS)

¿Cómo logramos buenos indicadores?, implementando programas La Voz del Cliente, en donde el cliente nos da a conocer sus reales necesidades, y además nos da señales de nuestro trabajo y gestión, si es que estas se ajustan a sus necesidades reales o no.

Customer Satisfaction / Satisfacción del Cliente (CSAT)

Se puede representar de varias formas y así medir la satisfacción de nuestros clientes, una es por ejemplo la Escala de Likert (Valoración de un servicio, producto o empresa), donde uno nos indica que la satisfacción es muy baja y diez la satisfacción muy alta. Esta encuesta será enviada inmediatamente después de recibir el servicio vía email, dejando un recuadro donde el cliente coloque (de acuerdo a su calificación), los comentarios de lo que estamos haciendo bien o mal.

Gerencia de Mercadeo.

Los principales indicadores de esta gerencia serán:

- ✓ Margen de ganancia entre costo de ventas versus precio de venta
- ✓ Porcentaje de ventas
- ✓ Número de descargas de la aplicación
- ✓ Engagement
- ✓ Incremento de seguidores en Facebook
- ✓ Incremento de seguidores en Instagram
- ✓ Encuesta de satisfacción al cliente
- ✓ Horas de capacitación/hombre

- ✓ Porcentaje de incremento de ventas

Gerencia Financiera.

Los indicadores financieros serán:

- ✓ Beneficio neto / Utilidad neta: son los ingresos menos los gastos
- ✓ Tasa de crecimiento de los ingresos: es la velocidad a la que aumentan los ingresos de la empresa.

Gerencia Operativa.

La jefatura operativa tiene a cargo la supervisión de la gestión realizada entre usuarios y proveedores. Por lo tanto, debe controlar variables que son indispensables para ofrecer calidad dentro del servicio.

Tiempo de llegada del proveedor de servicios

La aplicación muestra un aproximado del tiempo de llegada del proveedor de servicios s donde el cliente. Este tiempo se deberá controlar con el objetivo de medir la satisfacción de nuestros clientes y evaluar el cumplimiento de los proveedores deservicio.

Calificación otorgada

La aplicación nos indica sobre las calificaciones y observaciones dadas por los usuarios hacia los proveedores de servicio. Determinamos un valor entre 1 y 5 donde 5 es la mayor puntuación para identificar casos puntuales. Nos permitirá identificar variables que podrán ser corregidas junto al proveedor de servicios.

Reincidencia de cobro

El usuario proveedor puede seleccionar la opción donde cancela la visita y se cobra un mínimo por el traslado. Si este valor es reincidente u otros valores mínimos de trabajos se considerarán para evaluación.

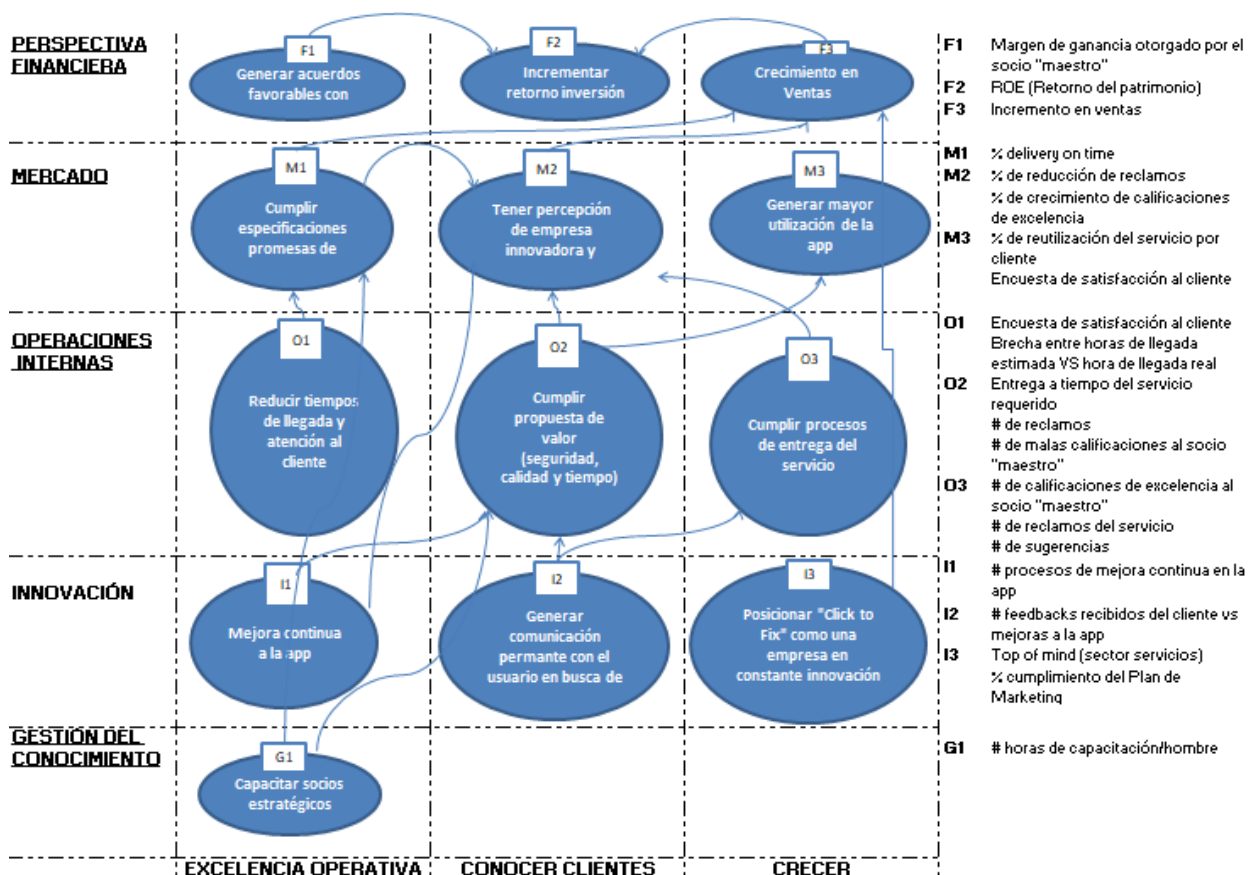


Figura 6 Cuadro de mando integral

Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial

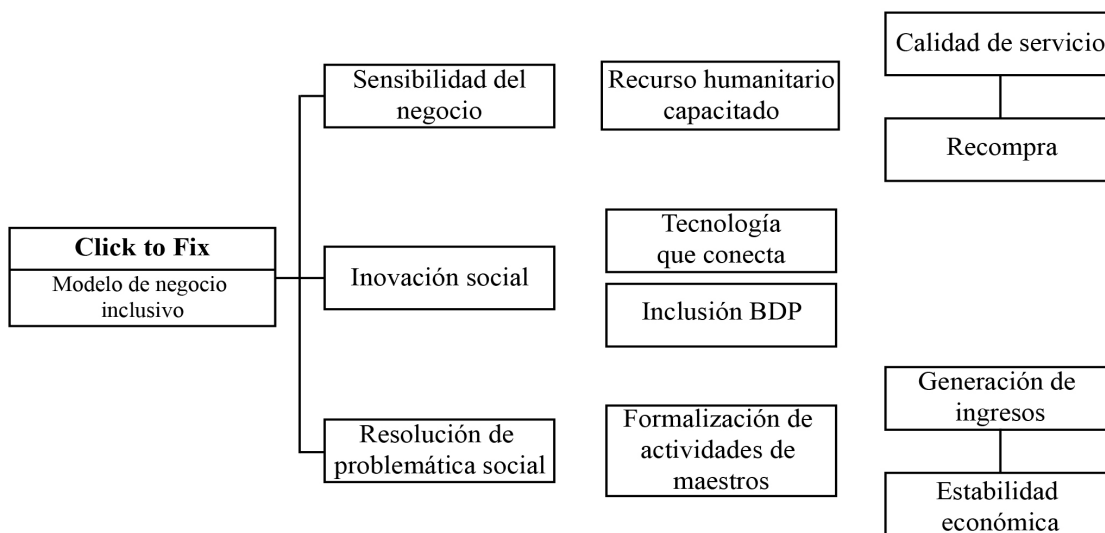


Figura 7 Estrategias RSE

La estrategia en el campo de la RSE será el trabajar directamente con los maestros informales, es decir que ese porcentaje de trabajadores que hoy en día prestan sus servicios al pie de las ferreterías de la Ciudad de Guayaquil, bajo las instalaciones de Radio Cristal y bajo el paso a desnivel de La Garzota; pasen a formar parte de un grupo reconocido de técnicos especializados en Gasfitería, Plomería, Cerrajería, Electricidad, Pintura.

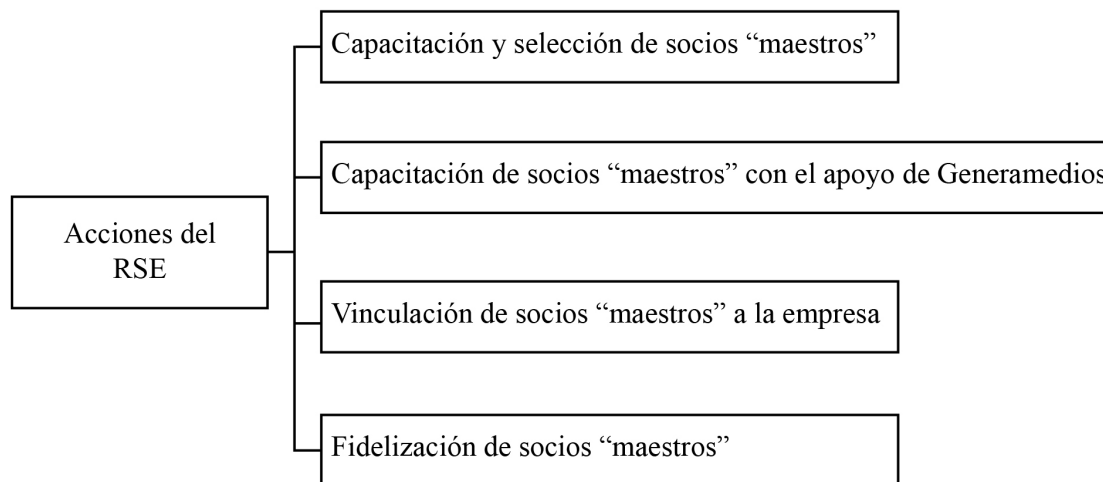


Figura 8 Acciones RSE

Entre las acciones se encuentra promover la capacitación, esta se dará a través de la empresa Generamedios, la misma que se encarga de dar capacitación especializada en estas ramas de servicio, la cual mantiene una base de datos de personal especializado, y este sería el que trabajaría y prestaría sus servicios a través de *ClickToFix*, dando como resultado más trabajo a través de personal especializado, menos trabajo informal en las calles, lo cual generaría un mejor entorno social.

Además de esta capacitación profesional, se pondrá en marcha un plan de mejoramiento de los “socios maestros”, donde a lo largo de su primer año trabajando para *Click to fix* se plantea desvincularlos del trabajo informal, así mismo se pondrán medidas para controlar el consumo de bebidas alcohólicas durante el tiempo que estén prestando servicios por medio de la aplicación, para esto el Supervisor de Operaciones se presentará en los lugares donde los

“maestros” se encuentren laborando, así mismo serán sometidos a inspección de consumo de alcohol, ya que el supervisor contará con un alcoholímetro.

Igualmente se pondrán en marcha las siguientes medidas para garantizar el buen funcionamiento de nuestro equipo de “socios maestros”:

- Pruebas de consumo de alcohol aleatorias utilizando el equipo *Alcoholchek*, estas se llevarán a cabo dentro del horario laboral.
- Charlas preventivas en cuanto al consumo de estupefacientes como alcohol, drogas.
- Charlas relacionadas a la salud y al buen mantenimiento del cuerpo.
- Pruebas pre-ocupacionales y psicosociales, por medio de las cuales se llevará a cabo una valoración psicológica del trabajador, además de determinar la existencia de cualquier patología.
- Exámenes clínicos pre-ocupacionales, los cuales comprenderán: Química sanguínea, perfil lipídico, perfil hepático, tipificación sanguínea, elemental microscópico de orina y copro parasitario.

Plan de Evaluación Financiera del Proyecto

Presupuesto

Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento

A fin de desarrollar *Click to fix*, se llevó a cabo una evaluación financiera a cinco años, donde se determinó que la empresa arrendará un espacio para oficina y allí llevará a cabo sus funciones. Por otro lado, la mayor parte de la inversión se destinará a la construcción de la aplicación, los avances del alquiler, gastos de constitución y adquisición de activos fijos.

Serán necesarios \$62,897.45 de inversión inicial para emprender *Click to fix*, dentro de este presupuesto se prevé el capital de trabajo destinado al periodo en el que el proyecto no produzca ingresos. De la suma indicada anteriormente, \$19,000.00 provendrán de los accionistas, y el valor restante será obtenido a través de un préstamo al Banco del Pacífico, el cual se solicitará a cinco años, con un interés de 8.5% al año.

Política de cobros, pagos y existencias

Los tiempos de cobro de *Click to fix* a tomar en cuenta son los siguientes: cobro a los usuarios, efectuado tres días después de haber efectuado el pago; y ocho días de pago a quienes proveen las prestaciones de arreglos en los hogares.

Capital de Trabajo

A fin de determinar el capital de trabajo fueron tomados en cuentas los costos fijos correspondientes a los tres meses iniciales del primer año, los gastos financieros y el factor caja de 90 días, lo que da como resultado \$32,492.13 de capital de trabajo.

Programa y calendario de inversiones

El calendario de inversiones tiene previsto los procedimientos pre-operativos que se llevarán a cabo para la puesta en marcha de la empresa. La aplicación es el aspecto del cual la empresa depende para comenzar a generar ingresos. Mientras la aplicación se construye, se desarrollarán diversas tareas para establecer la estructura de la compañía.

Programa de producción y ventas

Click to fix tendrá dos tipos de ingresos: las ganancias otorgadas por las labores realizadas en las casas de los usuarios y por otro lado, el plan de mantenimiento de aires acondicionados. Los dos servicios apelan al mercado guayaquileño, teniendo impactos

diferentes. En el primero *Click to fix* tendrá una penetración del 21.38% del mercado, mientras que en el segundo un 2% en un inicio.

Costos de materias primas, materiales indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa e indirecta

Los costos directos relativos a los servicios de reparaciones del hogar representan el 75% de los ingresos, debido a que dicha tasa fue pactada con los “socios maestros”. Por otro lado, los costos directos relativos al servicio de mantenimiento de aires acondicionados tienen un valor de \$10.00.

Gastos de administración, ventas (Comisiones %) y financieros

Click to fix tendrá una serie de gastos administrativos y ventas, iniciando por los sueldos, lo que suma un rubro de \$53,049.80, publicidad y marketing \$6,210.00 anuales, alquiler de oficina \$520.00 mensuales, además habrá gastos relativos a los suministros de oficina, capacitaciones, exámenes psicosociales, renovaciones de permisos y patentes y asesoría contable. Así mismo, comprendido en los gastos financieros están los intereses a pagar al Banco del Pacífico. Por último, el porcentaje de comisión de las tarjetas de crédito, la cual es del 7% del valor facturado, es el único gasto de venta de *Click to fix*.

Planeación Financiera

Flujo de caja proyectado

Click to fix percibe ingresos mayores a sus egresos, lo que sucede debido a la inversión capital del primer año de la compañía. En consecuencia, el VAN y el TIR son positivos, además reflejan una tasa de retorno elevada, haciendo posible un retorno de inversión en 115 días. .

Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 8

Estado de pérdidas y Ganancias

Años	1	2	3	4	5
Ventas	693.076,62	700.007,38	707.007,46	714.077,53	721.218,31
Costos de ventas	487.221,59	492.093,81	497.014,75	501.984,89	507.004,74
Utilidad bruta	205.855,02	207.913,57	209.992,71	212.092,64	214.213,56
Gastos administrativos	77.047,82	77.530,82	77.530,82	77.530,82	77.530,82
Gastos de ventas	48.515,36	49.000,52	49.490,52	49.985,43	50.485,28
Gastos financieros	3.725,33	3.096,62	2.414,48	1.674,34	871,30
Depreciación	1.787,56	1.787,56	1.787,56	574,36	574,36
Utilidad antes de particip	74.778,94	76.498,05	78.769,33	82.327,68	84.751,80
Participación de empleados	11.216,84	11.474,71	11.815,40	12.349,15	12.712,77
Utilidad antes de imptos	63.562,10	65.023,34	66.953,93	69.978,53	72.039,03
22% impto utilidades	13.983,66	14.305,14	14.729,86	15.395,28	15.848,59
UTILIDAD NETA	49.578,44	50.718,21	52.224,06	54.583,25	56.190,44

Nota. Tomado de Gerencia Financiera "Click to Fix". Alexander La Rosa (2018)

Balance General

Tabla 9

Balance general proyectado

	Activos					
Activos Corrientes	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja	32.676,6 2	68.339,9 8	113.153,9 6	158.895,0 2	205.28 2,74	252.262,62
Cta por cobrar		9626,1	9722,3	9819,5	9917,7	10016,9
Total Activos Corrientes	32.676,6 2	77.966,0 5	122.876,2 8	168.714,5 7	215.200,4 8	262.279,55
Activos Fijos						

Equipos de computación	4.044,00	4.044,00	4.044,00	4.044,00	4.044,00	4.044,00
Vehículos	1595	1595	1595	1595	1595	1595
Equipos de oficina	428,96	428,96	428,96	428,96	428,96	428,96
Muebles de oficina	2.762,87	2.762,87	2.762,87	2.762,87	2.762,87	2.762,87
Depreciación		(1.787,56)	(3.575,13)	(5.362,69)	(5.937,06)	(6.511,42)
Total Activos Fijo	8.830,83	7.043,27	5.255,70	3.468,14	2.893,77	2.319,41
Activos Intangibles						
App - Click to Fix	20000	20000	20000	20000	20000	20000
Total Activos Intangibles	20000	20000	20000	20000	20000	20000
Activos Diferidos						
Constitución	800					
Depósito	520					
Total Activos Diferidos	1320					
Total Activos	62.827,45	105.009,31	148.131,98	192.182,70	238.094,25	284.598,95
Pasivos						
Pasivos Corrientes						
Crédito Bancario	7.396,57	8.025,28	8.707,43	9.447,56	10.250,60	0
Cuentas por pagar			429,74	963,83	1739,68	2304,55
Total Pasivos Corrientes	7.396,57	8.025,28	9.137,17	10.411,39	11.990,28	2304,55
Pasivos No Corrientes						
Crédito Bancario	36.430,87	28.405,59	19.698,16	10.250,60	0,00	0
Total Pasivos	43.827,45	36.430,87	28.835,33	20.661,99	11.990,28	2304,55
Patrimonio						
Aporte de Socios	\$19.000,00	\$19.000,00	\$19.000,00	\$19.000,00	\$19.000,00	\$19.000,00
Utilidad del ejercicio		49.578,44	50.718,21	52.224,06	54.583,25	56.190,44
Utilidad Acumulada			49.578,44	100.296,65	152.520,71	207.103,96
Total Patrimonio	\$19.000,00	\$68.578,44	\$119.296,65	\$171.520,71	\$226.103,96	\$282.294,40
Total Activos + Patrimonio	62.827,45	105.009,31	148.131,98	192.182,70	238.094,25	\$284.598,95

Nota. Tomado de Gerencia Financiera "Click to Fix". Alexander La Rosa (2018)

Evaluación del Proyecto

Punto de Equilibrio

A partir del punto de equilibrio es posible reconocer unos mínimos de atención mensual y anual, a partir de lo cual se toma de ciertas decisiones en el desarrollo de la compañía, esto tiene por función reconocer la rentabilidad de la empresa.

Viabilidad financiera

En *Click to fix* el TIR se encuentra por encima del 100%, lo que quiere decir que la inversión inicial realizada por los accionistas de \$19,000.00 será triplicada, siempre que las proyecciones realizadas sucedan.

En cuanto al VAN (valor actual neto), *Click to fix* posee un VAN de \$158,000.00.

Índices Financieros

El margen bruto se encuentra próximo al 30%, lo que sugiere que *Click to fix* goza de buen rendimiento en cuanto a ventas. No obstante, al examinar la rentabilidad de las ventas el porcentaje desciende a 7%, lo que indica que los gastos e impuestos representan 23% del rendimiento, lo cual indica la necesidad de realizar una labor de mejora. Debido a que la construcción de *Click to fix* se dará en parte desde un préstamo bancario, su porcentaje de deuda es próximo al 70%, no obstante con el tiempo este porcentaje se reduce considerablemente.

Análisis de Sensibilidad

El agente más sensible en cuanto a *Click to fix* son las ventas, ya que sobre ellas reposa el flujo de costos, así mismo al proponer un nuevo modelo de negocio, no se ha podido recabar antecedentes al respecto. Para analizar la sensibilidad de *Click to fix* se tomó en cuenta una circunstancia bajo la cual se obtenga únicamente el 80% de lo que se ha proyectado en el primer año, en consecuencias tanto el estado de pérdidas y ganancias como el flujo de caja se ven

afectados. Una vez examinada la situación, se puede observar que *Click to fix* sigue teniendo una tasa interna por encima del 100%, así como un VAN superior a \$100,000.00. A pesar de la circunstancia de sensibilidad, la empresa se demuestra aún rentable.

Conclusiones

ClickToFix es una empresa creada pensando en el entorno social de la ciudad de Guayaquil, especialmente en el desempleo y trabajo informal, es una empresa que por su estructura, cultura de servicio y cultura organizacional es sostenible en el tiempo y sustentable con el entorno y medio ambiente.

ClickToFix es una empresa creada bajo la figura de Economía Colaborativa, donde ambas partes, es decir, el trabajador como el empresario coexisten para un fin relativo, que es el servicio y ayuda a los hogares de Guayaquil.

ClickToFix es sinónimo de confianza y calidad de servicio, nuestros colaboradores están técnicamente capacitados por empresas y marcas reconocidas en el medio de la construcción. Tenemos como aliado a Generamedios, la cual es una empresa de Marketing y RSE, la misma que se encarga de mantener una base de datos de personal técnico capacitado.

Referencias

- Castillo-Vergara, M., Alvarez-Marin, A., & Cabana-Villca, R. (2014). *Design thinking: cómo guiar a estudiantes emprendedores y empresarios en su aplicación*. Ingeniería Industrial.
- Chapman, A. (2004). *Análisis FODA y análisis PEST*. Recuperado de:
<http://www.degerencia.com/articulos.php>
- Escola d'Art. (2018). *Psicología del color* . Recuperado de:
<http://www.eartvic.net/~mbaurierc/materials/20%20Selectivitat/Psicologia%20del%20color.pdf>
- Espinoza, G. (2018). *Ecuador 2.0 en cifras*. Recuperado de Diaro Expreso:
<https://www.expreso.ec/ciencia-y-tecnologia/ecuador-2-0-en-cifras-DC1985720>
- El Estado. (2018). *El dedo señala al gobierno de Lenín Moreno en casos de corrupción*.
 Recuperado de: <https://www.elestado.net/mundo/dedo-senala-gobierno-lenin-moreno-casos-corrupcion/>
- Hernández, S. F. (2014). *Metodología de la Investigación*.
- INEC. (2012). *Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares urbanos y rurales 2011-2012*. Recuperado de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/Metologia_ENIGHUR_2011-2012_rev.pdf
- Pysma. (2015). *¿Cómo determinar el tamaño de una muestra?* . Recuperado de:
<https://www.pysma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. (2018). *Las desigualdades sociales* . Recuperado de: <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/siiseweb.html?sistema=1#>

El Universo. (2018). *Ecuador reduce subsidios de gasolina extra y ecopáis*. Recuperado de:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/12/18/nota/7104063/asambleista-advierte-que-gobierno-actualiza-precios-combustibles>

El Universo. (2018). *Guayaquil cuenta con 5.500 puntos de internet gratuito*. Recuperado de:

<https://www.eluniverso.com/tendencias/2018/07/25/nota/6874931/guayaquil-cuenta-5500-puntos-internet-gratuito>

Apéndices

Índice de Tablas

Tabla C1 <i>Resultados</i>	51
Tabla E1 <i>Nómina de empleados y bonificaciones</i>	61
Tabla F1 <i>Cuadro de Gastos anuales</i>	61

Índice de Figuras

<i>Figura B1</i> Mapa de empatía.....	46
<i>Figura B2</i> Canvas.....	46
<i>Figura B3</i> Costo/relevancia.....	46
<i>Figura B4</i> Definir.....	47
<i>Figura B5</i> Mapa de trayectoria.....	47
<i>Figura B6</i> Qué, cómo, por qué.....	48
<i>Figura D1</i> Encuesta.....	52
<i>Figura D2</i> Resultados.....	58

Apéndice A: Avisos

Apéndice A1: Aviso 1

Click to fix

Innovadora empresa de prestación de servicios al hogar solicita:

Gerente General y Financiero

Sera responsable de cumplir con el objetivo de planificar y supervisar las actividades de la empresa con el objetivo de mantenerse enfocados al desarrollo de los objetivos específicos de corto y largo plazo. Administrar las labores del área financiera.

Requisitos:

- Licenciatura en Administración y dirección de empresas, en ciencias económicas, en ciencias empresariales
- Experiencia de al menos 5 años en puestos afines (indispensable)
- Idiomas: Inglés (Nivel Alto / C1 MCER)
- Con capacidad de liderazgo y de negociación, orientado a resultados

Ofrecemos sueldo acorde a experiencia y atractivo paquete de compensaciones.

Interesados enviar CV a talentohumano@clicktofix.com indicando referencia del cargo.

Apéndice A2: Aviso 2

Click to fix

Innovadora empresa de prestación de servicios al hogar requiere los siguientes puestos de trabajo:

- **Recepcionista /Asistente Contable**

Requisitos:

- Formación académica: Bachiller Contable (CBA)
- Experiencia de al menos 2 años en puestos afines (indispensable)
- Idiomas: Nivel B1 Ingles
- Con predisposición para trabajar bajo presión

Ofrecemos sueldo acorde a experiencia y atractivo paquete de compensaciones.

Interesados enviar CV a talentohumano@clicktofix.com indicando referencia del cargo.

Apéndice A3: Aviso 3

Click to fix

Innovadora empresa de prestación de servicios al hogar requiere los siguientes puestos de trabajo:

- **Supervisor de operaciones**

Requisitos:

- Formación académica: Bachiller
- Estudios relacionados al cargo
- Experiencia de al menos 2 años en puestos afines (indispensable)
- Idiomas: No indispensable
- Con predisposición para trabajar bajo presión

Ofrecemos sueldo acorde a experiencia y atractivo paquete de compensaciones.

Interesados enviar CV a talentohumano@clicktofix.com indicando referencia del cargo.

Apéndice A4: Aviso 4

Click to fix

Innovadora empresa de prestación de servicios al hogar solicita:

Coordinador de Marketing

Sera responsable crear estrategias de medios utilizando como canal las redes sociales.

Requisitos:

- Licenciatura en Marketing estratégico o afines
- Experiencia de al menos 3 años en puestos afines (indispensable)
- Idiomas: Inglés nivel medio (B1)
- Con predisposición para trabajar bajo presión

Ofrecemos sueldo acorde a experiencia y atractivo paquete de compensaciones.

Interesados enviar CV a talentohumano@clicktofix.com indicando referencia del cargo.

Apéndice B: Design Thinking

Apéndice B1: Mapa de empatía

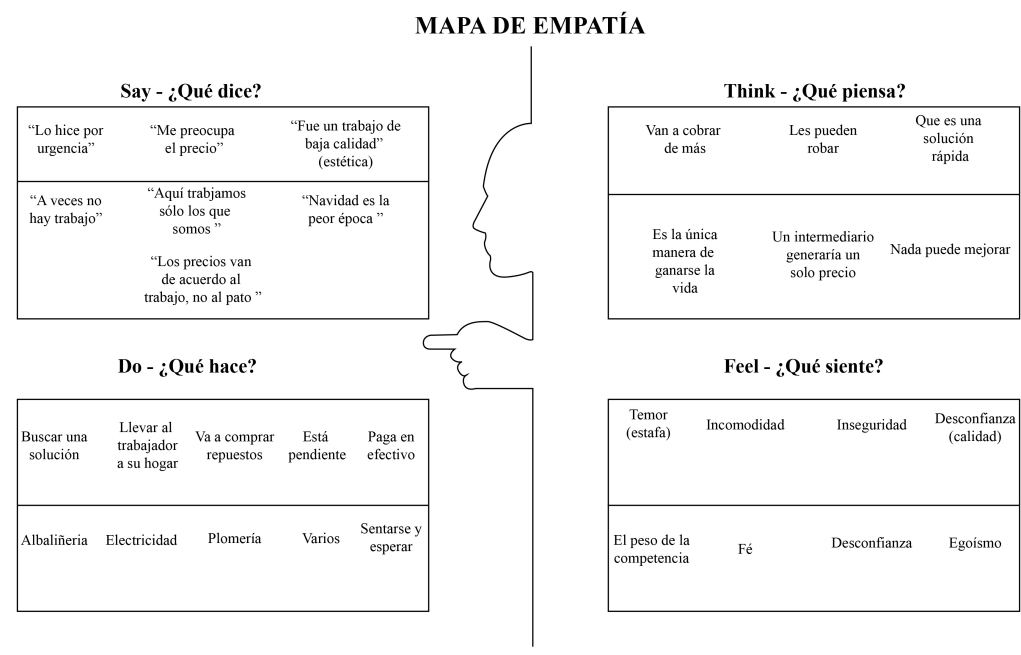


Figura B1 Mapa de empatía

Apéndice B2: Business canvas model

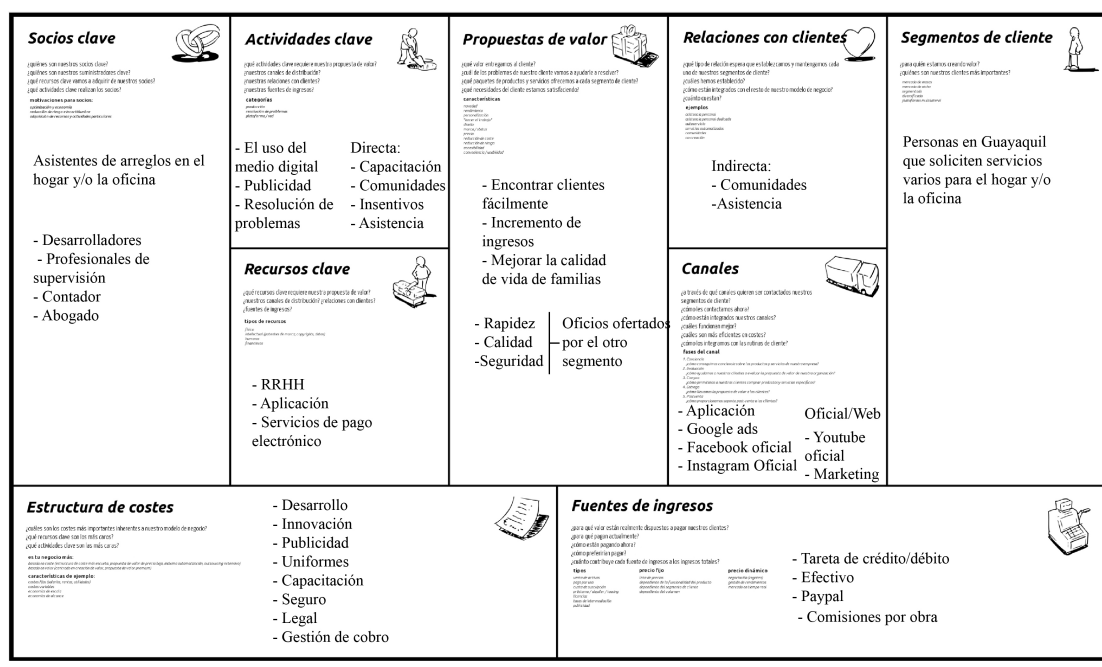


Figura B2 Canvas

Apéndice B3: Costo/Relevancia



Figura B3 Costo/relevancia

Apéndice B4: Definir

DEFINIR

Usuario	+	Necesidad	+	Insight
LUCHO	NECESITA	Instalación eléctrica Resolver problema Ahorro $\begin{cases} \text{Tiempo} \\ \text{Dinero} \end{cases}$ Disponibilidad inmediata	PORQUE	Desconfianza mientras recibe el servicio Me siento estafado por no saber negociar/regatear Temor del resultado final
¿Cómo podemos generar confianza en Lucho al contratar/ recibir un servicio? ¿Cómo podemos resolver los problemas de Lucho sin que se sienta estafado/perjudicado? ¿Cómo podemos satisfacer las expectativas de Lucho en cuanto al resultado?				

Figura B4 Definir

Apéndice B5: Mapa de trayectoria

MAPA DE TRAYECTORIA

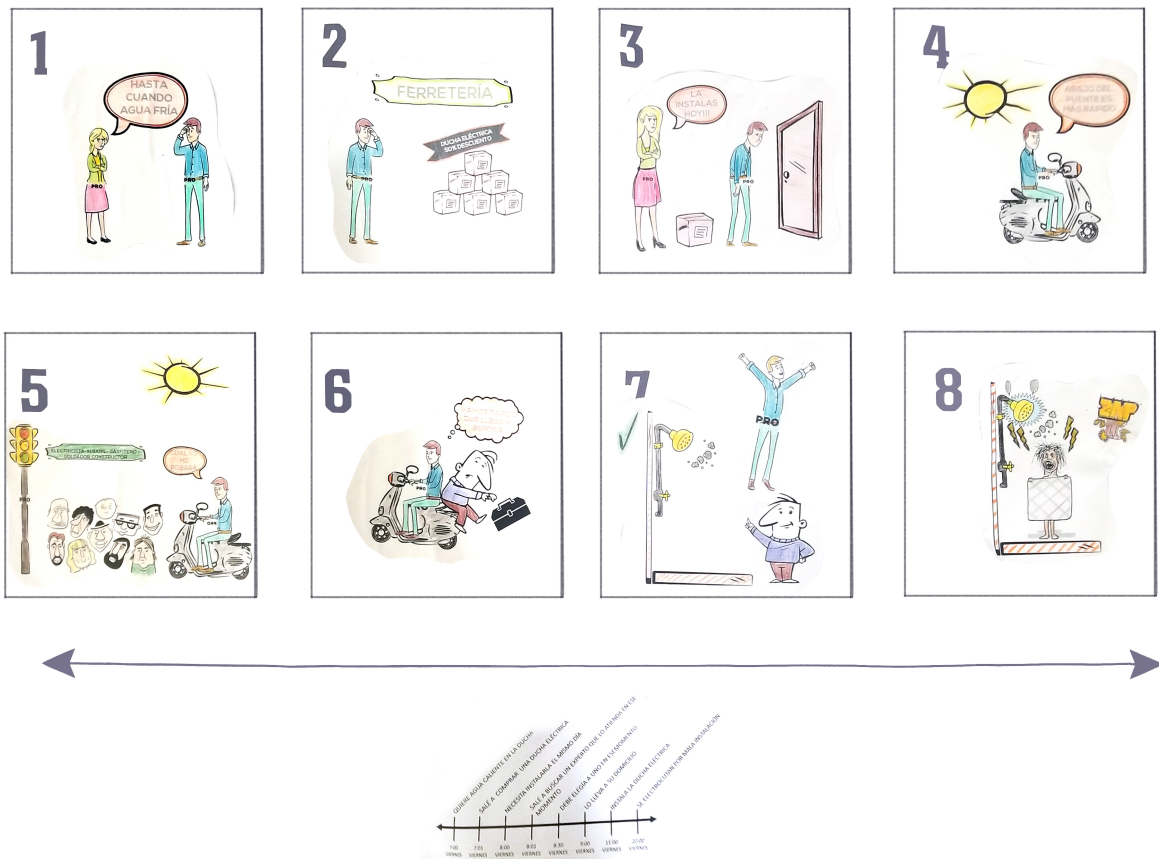


Figura B5 Mapa de trayectoria

Apéndice B6: Qué, cómo, por qué

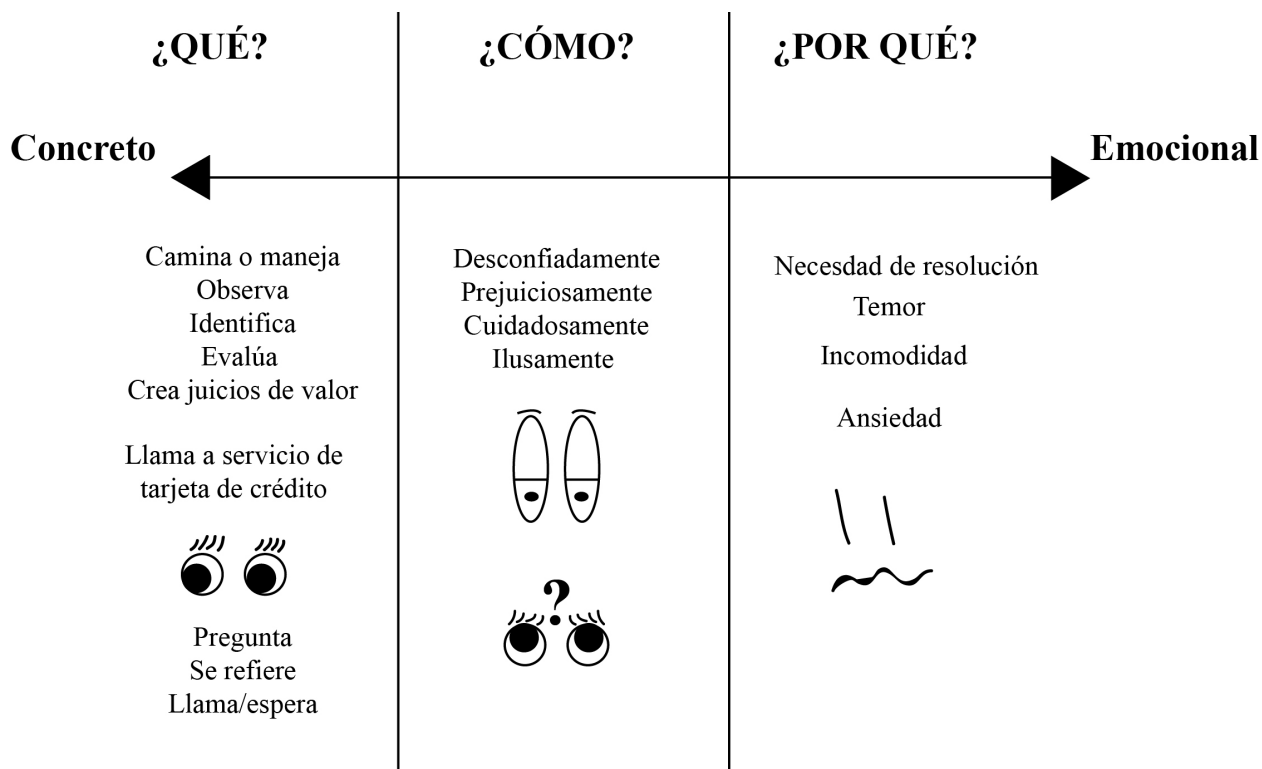


Figura B6 Qué, cómo, por qué

Apéndice C Focus Group

Apéndice C1: Guía de preguntas

Grupo Focal – CLICK TO FIX

MODERADOR: Bienvenida y explicación breve del modelo de negocio. Se menciona la relevancia de la participación de los entrevistados para el grupo focal

Buenas tardes/noches, quiero agradecerles su presencia, el fin de este GrupoFocal o FocusGroup, como se conoce a esta técnica cualitativa, es buscar las opiniones y percepciones de un público determinado de un producto determinado.

Por tal motivo, la interacción de cada uno de ustedes es muy valiosa, yo seré su moderador y la idea es estar en este ambiente relajado y cómodo, libres de hablar y comentar sus opiniones.

Les presento a CLICK TO FIX, es un asistente para su casa, a que me refiero con asistente? Pues a un auxiliador, a una aplicación a la que ustedes acudirán en caso de necesitar o mejor dicho, en caso de que se les presente un daño en casa.

Para esto, quisiera iniciar con una preguntas, y así comenzar con nuestra dinámica, aquí está (nombre del ayudante), quien tomará apuntes de sus opiniones, lo que posteriormente nos permitirá hacer un posterior análisis y cumplir nuestra meta.

1. ¿Usted tiene una vivienda alquilada o es propia?
 - a. Si es alquilada, ¿En su contrato se estipula realizar arreglos, mantenimiento a su vivienda? ¿Cómo manejan este tema con el arrendatario?
2. ¿Considera importante mantener su casa / departamento en buen estado?
 - a. ¿Por qué? ¿Qué tanta importancia le da?
3. ¿Considera que la apariencia de su hogar refleja su estilo de vida?
 - a. ¿Su personalidad?
 - b. ¿Su higiene en el hogar?
4. ¿Cree usted importante mantener la fachada de la vivienda pintada, limpia y en orden?
 - a. ¿Opina lo mismo referente al interior? ¿Su cableado, tuberías, pintura?
5. ¿Considera importante dar un mantenimiento preventivo a su casa, o solamente correctivo? (Explicación: Es decir que repara cuando algo se descompone o se ve en muy malas condiciones o deja de funcionar)
6. ¿Cada cuánto tiempo realiza mantenimientos de su vivienda?
 - a. ¿Mensual, trimestral, semestral, anual?
7. ¿Cuánto gasta en promedio en un mantenimiento de su vivienda?
8. Hoy en día, cuando requiere reparaciones en casa, ¿A quién acude?
 - a. Busca el proveedor en las calles o pide referencias? A quién pide referencias?
 - b. ¿Prefiere personas naturales o prefiere una empresa que se dedique a reparaciones en el hogar?
 - c. ¿Qué espera usted de los trabajadores, aparte de un trabajo técnico bien realizado?

- d. Si usted no queda satisfecho con el trabajo después de realizado, este presenta daños o inconvenientes, ¿Cómo lo maneja?
- i. ¿Su referido o recomendado es fácil de contactar para una garantía del trabajo realizado?
9. ¿Qué siente / piensa cuando lleva un trabajador nuevo a casa? (Inseguridad, Desconfianza, Preocupación, Tranquilidad → Dejar que ellos se expresen, si es necesario luego les dan estas opciones)
- a. Cuéntenos una experiencia positiva y una negativa cuando le han brindado un servicio de reparación, mantenimiento en su hogar.
10. ¿Ha usted realizado compras por internet? sea APP, portal web etc?
11. Le presentamos nuestro modelo de negocio / Diseño de la APP
- a. ¿Qué le gusta? ¿Qué le disgusta?
- b. ¿Es fácil de usar? ¿Cómo la podríamos hacer más fácil de usar?
- c. ¿La recomendaría? ¿Sí o no, por qué?

Apéndice C2: Resultados

Tabla C1

Resultados

	Personas	Comentario
Alquila	4	
Preventivos generalmente	0	
Preventivos invierno	8	algunos mencionaron hacerlo en los meses de noviembre
Presupuesto/visita	50	promedio de respuestas
Descuentan arreglos canon	4	
Referidos primero	6	los restantes buscan donde se aglomeran
Seguridad importante	8	especialmente mujeres hicieron énfasis
terjeta de crédito online	7	la persona restante presenta rechazo al comercio electrónico
Total de personas	8	

Apéndice D: Encuestas

Apéndice D1: Instrumento

Encuesta sobre servicios de mantenimiento e instalaciones en el hogar

Al referirnos a asistentes de mantenimiento e instalaciones en el hogar, nos referimos a lo que coloquialmente conocemos como "maestros".

Gracias por su tiempo

***Obligatorio**

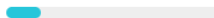
Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico _____

Posee tarjeta de crédito y/o débito *

Sí

No

SIGUIENTE  Página 1 de 6

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta sobre servicios de mantenimiento e instalaciones en el hogar

*Obligatorio

Sección 2

¿Usa su tarjeta de crédito o débito en apps de su celular o en el internet? *

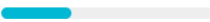
Sí

No

¿Posee algún seguro que le brinde su tarjeta de crédito o débito de asistencia al hogar? *

Sí

No

[ATRÁS](#) [SIGUIENTE](#)  Página 2 de 6

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta sobre servicios de mantenimiento e instalaciones en el hogar

*Obligatorio

Sección 3


¿Qué tan satisfecho está con el servicio de asistencia al hogar brindado por su tarjeta de crédito? *

1 2 3 4 5

muy insatisfecho muy satisfecho

¿Por qué? (responda brevemente) *

Tu respuesta

[ATRÁS](#) [SIGUIENTE](#)  Página 3 de 6

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta sobre servicios de mantenimiento e instalaciones en el hogar

*Obligatorio

Sección 4

¿Cómo consigue asistencia en el hogar para arreglos o instalaciones normalmente? Escoja máximo 3 *

- Busco en OLX
- Salgo y busco donde se aglomeran normalmente
- Pregunto a familiares o amigos
- Llamo a mi profesional de confianza
- Busco en Google
- Pido sugerencias en mis redes
- Llamo al servicio de mi tarjeta de crédito

Cuando ha necesitado arreglos/instalaciones en el hogar. ¿Qué tan difícil es encontrar dicho servicio? *

	1	2	3	4	5	
muy fácil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	muy difícil

¿Cuántas veces necesitó asistencia de los siguientes oficios el último año? *

	ninguna	1 vez	2 veces	3 veces	4 o más
Electricista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Albañil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cerrajero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Plomero/Gasfitero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pintor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es su presupuesto mensual para arreglos / mantenimientos / instalaciones en su hogar?

- Menos de 10 dólares
- De 11 a 20 dólares
- De 21 a 30 dólares
- De 31 a 40 dólares
- De 41 a 50 dólares
- Más de 50 dólares

En una escala de 1 al 5, siendo 1 la calificación más BAJA y 5 la más ALTA, valore la importancia de las siguientes variables al momento de contratar servicios de arreglos e instalaciones en el hogar *

	1	2	3	4	5
precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
seguridad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
garantía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
amabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rapidez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Encuesta sobre servicios de mantenimiento e instalaciones en el hogar

*Obligatorio

Sección 5

¿Cuál de estos medios consulta para informarse sobre los temas que le interesan? Escoja máximo 3 *

- Diarios
- Internet / Redes sociales
- Ninguno
- TV
- Revistas
- Radio

Marque la red social / servicio que más use *

Facebook

Youtube

Snapchat

Twitter

Instagram

[ATRÁS](#) [SIGUIENTE](#)  Página 5 de 6

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta sobre servicios de mantenimiento e instalaciones en el hogar

*Obligatorio

Sección 6

Número de celular (para el sorteo) *

Tu respuesta

Edad

- Más de 64 años
- 60 a 64
- 55 a 59
- 50 a 54
- 45 a 49
- 40 a 44
- 35 a 39
- 30 a 34
- 25 a 29
- 24 a 20
- Menos de 20

Estado civil *

- Soltero
- Casado
- Divorciado
- Unión libre

Seleccione la opción que mejor lo describa *

- Hombre
- Mujer
- Otro: _____

¿Qué opción describe mejor su situación laboral? *

- dueño de mi propio negocio
- empleado, medio tiempo
- empleado, tiempo completo
- desempleado buscando trabajo
- jubilado

Seleccione su instrucción académica *

- primaria
- secundaria
- técnica
- tercer nivel
- cuarto nivel

Sector dónde vive *

- Norte
- Centro
- Sur
- Este
- Oeste
- Samborondón
- Vía a la Costa

Posee vivienda propia *

- sí
- no

Nivel de ingreso mensual *

menos de \$500
 Entre \$500 y \$1000
 Entre \$1001 y \$1500
 Entre \$1501 y \$2000
 Más de \$2000

Página 6 de 6

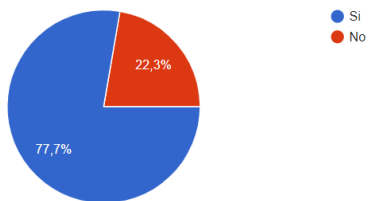
Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Figura D1 Encuesta

Apéndice D2: Resultados

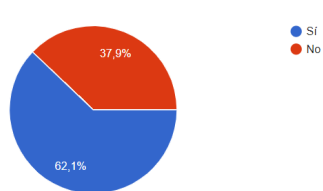
Posee tarjeta de crédito y/o débito

377 respuestas



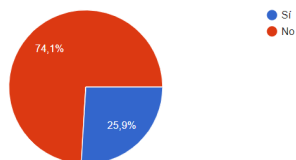
¿Usa su tarjeta de crédito o débito en apps de su celular o en el internet?

293 respuestas



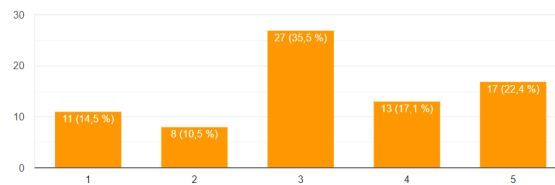
¿Posee algún seguro que le brinde su tarjeta de crédito o débito de asistencia al hogar?

293 respuestas



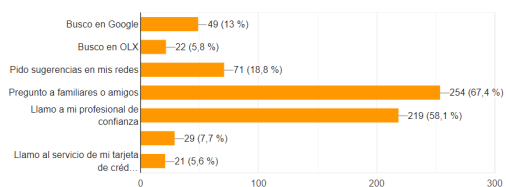
¿Qué tan satisfecho está con el servicio de asistencia al hogar brindado por su tarjeta de crédito?

76 respuestas



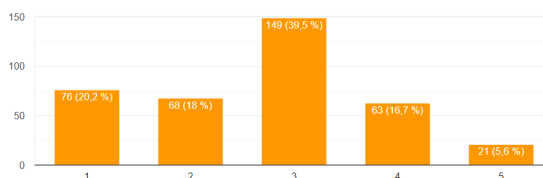
¿Cómo consigue asistencia en el hogar para arreglos o instalaciones normalmente? Escoja máximo 3

377 respuestas



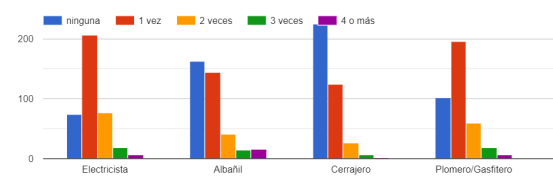
Cuando ha necesitado arreglos/instalaciones en el hogar. ¿Qué tan difícil es encontrar dicho servicio?

377 respuestas



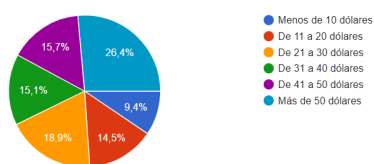
¿Cuántas veces necesitó asistencia de los siguientes oficios el último año?

159 respuestas



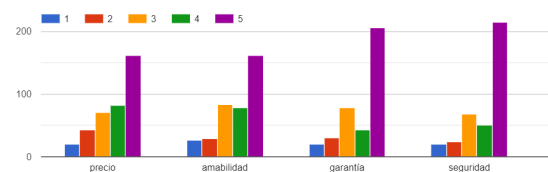
¿Cuál es su presupuesto mensual para arreglos / mantenimientos / instalaciones en su hogar?

159 respuestas



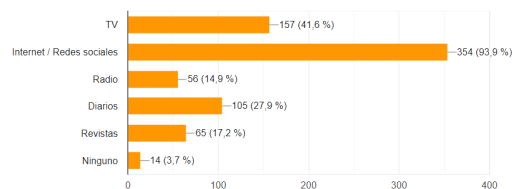
En una escala de 1 a 5, siendo 1 la calificación más BAJA y 5 la más ALTA, valore la importancia de las siguientes variables al momento de contratar servicios de arreglos e instalaciones en el hogar

377 respuestas



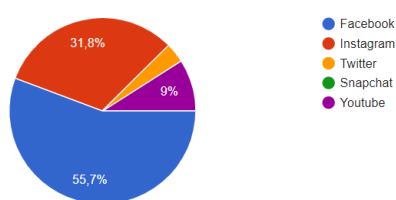
¿Cuál de estos medios consulta para informarse sobre los temas que le interesan? Escoja máximo 3

377 respuestas



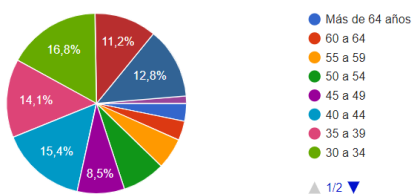
Marque la red social / servicio que más use

377 respuestas



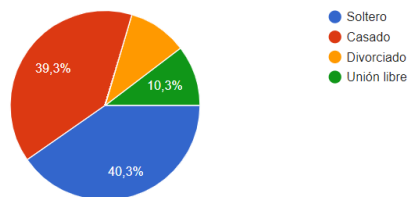
Edad

376 respuestas



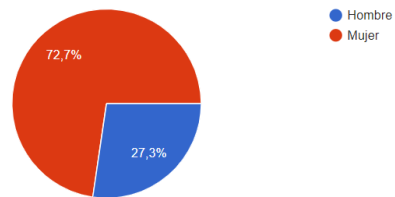
Estado civil

377 respuestas



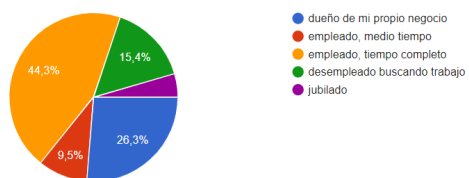
Seleccione la opción que mejor lo describa

377 respuestas



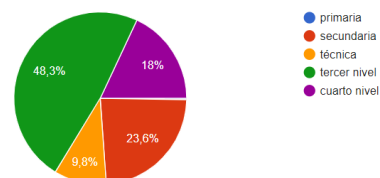
Qué opción describe mejor su situación laboral?

377 respuestas



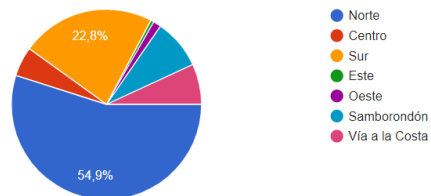
Seleccione su instrucción académica

377 respuestas



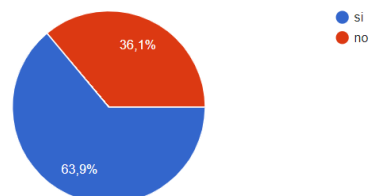
Sector dónde vive

377 respuestas



Posee vivienda propia

377 respuestas



Nivel de ingreso mensual

377 respuestas

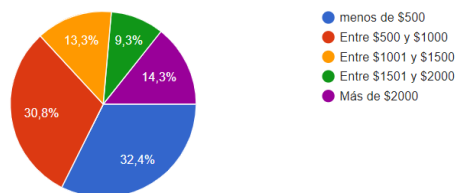


Figura D2 Resultados

Apéndice E: Nómina de empleados y bonificaciones

Tabla E1

Nómina de empleados y bonificaciones

Sueldos	Rol de Pago	Bonificaciones	
Gerente General y Financiero	\$19.558,8	\$7.586,0	
Coordinador de Marketing	\$7.062,9	\$1.361,0	
Secretaria contable	\$4.563,7	\$1.016,0	
Analista de Servicios Varios	\$4.346,4	\$986,0	
Coordinador de operaciones	\$5.433,0	\$1.136,0	
	\$40.964,8	\$12.085,0	\$53.049,8

Apéndice F: Cuadro de Gastos anuales

Tabla F1

Cuadro de Gastos anuales

Costos directos	1,0	2,0	3,0	4,0	5,0
Costos directos	487.221,59	492.093,81	497.014,75	501.984,89	507.004,74
COSTO DIRECTO	487.222,59				
costo indirecto	1,0	2,0	3,0	4,0	5,0
Mantenimiento de APP	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00
costo indirecto	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00
Gastos administrativos	1,0	2,0	3,0	4,0	5,0
SUELDOS	53.049,82	53.049,82	53.049,82	53.049,82	53.049,82
PUBLICIDAD Y MKT	6.120,00	6.120,00	6.120,00	6.120,00	6.120,00
SUMINISTROS DE OFICINA	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
CAPACITACIONES	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
EXÁMENES PSICOSOCIALES	0,00	483,00	483,00	483,00	483,00
RENOVACIÓN DE PERMISOS Y PATENTES	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00

ASESORIA CONTABLE	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
ALQUILER DE OFICINA	6.240,00	6.240,00	6.240,00	6.240,00	6.240,00
SERVICIOS BÁSICOS	3.108,00	3.108,00	3.108,00	3.108,00	3.108,00
Total gastos administrativos	75.997,82	76.480,82	76.480,82	76.480,82	76.480,82
Gastos Financieros	3725,3	3096,6	2414,5	1674,3	871,3
Gasto de Ventas	1,0	2,0	3,0	4,0	5,0
COMISIONES DE TC 7%	48.515,36	49.000,52	49.490,52	49.985,43	50.485,28
total gasto de ventas	48.515,36	49.000,52	49.490,52	49.985,43	50.485,28
total costos y gastos Anual	616.511,11				
total costos y gastos Anual sin CD	129.288,52				
total costos y gastos diario	1.712,53				
total costos y gastos diario sin CD	359,13				
total costos y gastos factor caja sin CD	32.322,13				