



UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO:**

**“FLASH DELIVERY”**

**Gerencia de Operaciones y Finanzas**

Elaborado por:

**DARWIN FABIÁN TOMALÁ TOMALÁ**

Tutoría por:

**NESTOR VASQUEZ LOPEZ**

**GRADO**

Trabajo previo a la obtención del Título de:

**Licenciado en Administración de Empresas**

Guayaquil, Ecuador

Agosto, 2022

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Darwin Fabián Tomalá Tomalá** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el autor del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio FLASH DELIVERY: Gerencia Técnica de Operaciones y Financiera**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**FLASH DELIVERY**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes:
  - **ISMAEL ROLANDO MURILLO VELIZ**
  - **CINDY MARIANELA MEDINA YAGUAL**
  - **KIMBERLY NOHELY MARÍN ESCOBAR**

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



---

**Darwin Fabián Tomalá Tomalá**

**0924927031**

Declaro que:

**Yo, Darwin Fabián Tomalá Tomalá** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio FLASH DELIVERY: Gerencia Técnica de Operaciones y Financiera**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



---

**Darwin Fabián Tomalá Tomalá**

**0924927031**

## 2. RESUMEN EJECUTIVO

El servicio de entrega a domicilio o también denominado delivery, es aquel que brindan las empresas para realizar las entregas de los productos que el cliente ha adquirido de manera online por aplicaciones o plataformas digitales en el domicilio del cliente. Con la llegada de la Pandemia del COVID-19 este tipo de servicios se ha desarrollado mucho más convirtiéndose en una fuente de empleo segura para las personas que no cuentan con un trabajo estable.

El presente modelo de negocio hace referencia a la creación de una empresa de servicio de delivery en la Provincia de Santa Elena para prestar el servicio de entrega a domicilio, este proyecto se presenta como una gran oportunidad debido a que en esta parte del territorio ecuatoriano este tipo de servicios no ha se ha desarrollado como en las otras partes del país, se ha optado como la parte distintiva de la empresa en relación a las que están en el mercado el prestar el servicio en scooters eléctricos en conjunto con motocicletas tradicionales para de esta manera minimizar la contaminación ambiental.

En la fase de observación aplicado en la Provincia de Santa Elena se detectó la necesidad de ofrecer un servicio que se encargue de realizar las compras con entrega hasta el domicilio porque en la actualidad este servicio no ha tenido un desarrollo como en otros lugares del país por esta razón se ha elaborado la propuesta FLASH DELIVERY el mismo que necesita de una inversión de \$24,365.00 financiada por socios y entidad bancaria.

Este proyecto ha requerido de diferentes fases entre ellas tenemos: investigación de mercado, plan comercial, marketing, administrativo, financiero y operaciones.

En el caso plan comercial se evaluó el mercado potencial en la Provincia de Santa Elena palpando la necesidad que los usuarios tienen en realizar compras por internet con entregas hasta el domicilio, se estableció el diseño de investigación exploratoria y

explicativa misma que ayudará a encontrar resultados cuantitativos y cualitativos con referencia a la preferencias, gustos y comportamientos del usuario que consume delivery. En el plan de marketing se establecieron estrategias que influyan en la actividad económica de la empresa y el plan comercial o de ventas, además se describe las 4P del servicio, donde se detallan las zonas que serán atendidas, en este caso se encuentra Santa Elena, Salinas, y La Libertad, también se estableció el precio del servicio, y la publicidad.

En el plan administrativo se describe la filosofía empresarial, las políticas internas, el organigrama, los indicadores de gestión y las estrategias y acciones de responsabilidad empresarial etc. En el plan de operaciones se ha desarrollado el flujograma de procesos, la inversión del proyecto y los estados de pérdidas y ganancias para conocer si este modelo de negocio representa viabilidad o no.

Esta propuesta de negocio permite que las personas tengan alternativas al momento de realizar sus compras sino tienen el tiempo suficiente para realizarlas de manera presencial, oferta que contará con las credenciales necesarias para minimizar los actuales inconvenientes cuando de entregas a domicilio se trata, las tarifas del servicio serán accesibles al alcance de todas las personas, al mismo tiempo que se generarán fuentes de empleo que ayudará a mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta localidad a la vez que se causara un impacto ambiental mínimo al utilizar vehículos eléctricos que no contaminan el medio ambiente.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de: Ismael Rolando Murillo Veliz, Darwin Fabian Tomalá Tomalá, Cindy Marianela Medina Yagual, Kimberly Nohely Marín Escobar y explica el Proyecto de negocio denominado "FLASH DELIVERY", por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

### **3. PALABRAS CLAVE**

Delivery, Modelo de negocio, Buyer persona, Plan administrativo, Scooters eléctricos

### **4. CONSIDERACIONES ÉTICAS**

En este documento se muestra el modelo de negocio de la empresa FLASH DELIVERY, manteniendo consideraciones éticas tanto en la investigación como en el modelo de negocio propuesto, estas consideraciones éticas incluyen el respeto a la propiedad intelectual dado que se trata de un trabajo original, así como las consideraciones éticas para que la propuesta sea justa y viable.

Las diferentes técnicas de investigación como el desarrollo de los grupos focales, entrevistas y encuestas han sido realizadas con total transparencia y confidencialidad junto a los participantes, a quienes se les ha dado a conocer los objetivos de la investigación para el modelo de negocio desarrollado.

El plan operativo toma en cuenta los procesos de venta, fabricación y ejecución del servicio, los mismos que han sido desarrollados para prestar el servicio en el menor tiempo posible y con toda la honestidad y seguridad que se amerita.

El plan financiero contempla todos los recursos necesarios para prestar el servicio, así como políticas de cobro y pagos justos, que se reflejan en el precio del servicio, los sueldos y comisiones fijados para los colaboradores de la empresa.

Como ha sido mencionado en el resumen ejecutivo, el modelo de negocio de FLASH DELIVERY, es el resultado de un trabajo colaborativo entre cuatro integrantes del grupo 4, Ismael Murillo, Cindy Medina, Kimberly Marín y Darwin Tomalá.

## 5. ÍNDICE

1. CARÁTULA .....	1
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	2
2. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
3. PALABRAS CLAVE.....	6
4. CONSIDERACIONES ÉTICAS .....	6
5. ÍNDICE.....	7
5.1. ÍNDICE DE FIGURAS .....	9
5.2. ÍNDICE DE TABLAS .....	9
6. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN .....	10
7. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO MODELO DE NEGOCIO .....	11
7.2. Objetivo General .....	11
7.3. Objetivos Específicos.....	11
8. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO .....	12
9. ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE .....	13
1. CONTEXTO.....	13
1.1. Análisis PESTEL .....	13
1.1.1. Político Legal .....	13
1.1.2. Económico .....	14
1.1.3. Social .....	16
1.1.4. Tecnológico .....	16
1.1.5. Ecológico .....	17
1.1.6. Legales.....	18
2. COMPAÑÍA .....	18
2.1. Análisis FODA .....	18
Fortalezas .....	19
Oportunidades .....	20
Debilidades.....	21
Amenazas .....	22
3. CLIENTES.....	24
3.1. Buyer Persona .....	24
3.2. Customer journey map .....	27
4. COMPETIDORE .....	28

4.1. Fuerza competitiva de Porter.....	28
4.1.1. Rivalidad entre competidores.....	28
4.1.2. Amenaza de nuevos competidores.....	28
4.1.3. Poder de negociación de proveedores.....	30
4.1.4. Amenaza de productos sustitutos.....	30
4.1.5. Poder de negociación de los clientes.....	30
5. COLABORADORES.....	30
10. PLAN DE OPERACIONES.....	32
10.1. El espacio físico a ser usado.....	32
10.2. Flujograma de Procesos de FLASH DELIVERY.....	34
10.2.1. Proceso de venta.....	34
10.2.2. Proceso de fabricación.....	36
10.2.3. Proceso de Ejecución.....	37
11. PLAN FINANCIERO.....	38
11.1. Inversión Inicial.....	38
11.2. Proyección de Costos y Gastos:.....	40
11.3. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	44
11.4. Punto de Equilibrio.....	46
11.5. Cálculo de VAN y TIR.....	47
11.6. Análisis de Sensibilidad.....	47
Escenario Optimista.....	47
12. LABORATORIO DE EMPRENDIMIENTO.....	49
12.1. Conclusiones.....	49
BIBLIOGRAFÍA.....	51
ANEXOS.....	52



## 5.1. ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Análisis FODA .....	18
<b>Figura 2:</b> Descripción Breve del Buyer Persona #1 .....	25
<b>Figura 3:</b> Descripción Breve del Buyer Persona #2 .....	25
<b>Figura 4:</b> Descripción Breve del Buyer Persona #3.....	26
<b>Figura 5:</b> Descripción Breve del Buyer Persona #4 .....	26
<b>Figura 6:</b> Customer Journey Map .....	27
<b>Figura 7:</b> Espacio físico a ser usado.....	33
<b>Figura 8:</b> Ubicación de Instalaciones.....	33
<b>Figura 9:</b> Proceso de venta del Servicio .....	35
<b>Figura 10:</b> Proceso de Fabricación del Servicio.....	36
<b>Figura 11:</b> Proceso de ejecución del Servicio de FLASH DELIVERY .....	37

## 5.2. ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Posible Nuevos Competidores .....	28
<b>Tabla 2:</b> Inversión en Activos Fijos .....	38
<b>Tabla 3:</b> Inversión en Equipos de Oficina.....	39
<b>Tabla 4:</b> Inversión en Muebles y Enseres .....	39
<b>Tabla 5:</b> Inversión en Vehículos y Repuestos .....	39
<b>Tabla 6:</b> Inversión del Capital de Trabajo.....	40
<b>Tabla 7:</b> Financiamiento de la Inversión Inicial.....	40
<b>Tabla 8:</b> Proyección del Costo del Servicio .....	41
<b>Tabla 9:</b> Gastos Operacionales del Servicio .....	41
<b>Tabla 10:</b> Sueldo de Colaboradores .....	42
<b>Tabla 11:</b> Presupuesto de Plan de Medios .....	42
<b>Tabla 12:</b> Presupuesto de Capacitaciones.....	43
<b>Tabla 13:</b> Amortización Anual de Crédito Bancario .....	43
<b>Tabla 14:</b> Cálculo del Punto de Equilibrio .....	46
<b>Tabla 15:</b> Cálculo de VAN y TIR .....	47
<b>Tabla 16:</b> Análisis de Sensibilidad, Escenario Optimista.....	48

## 6. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Una breve revisión a la historia ubica la idea de ofrecer comida para llevar a casa en la antigua Roma con la creación del termopolio, la cual consistía en una cocina callejera que servía aquellos que no podían pagar una cocina propia. Sin embargo, la primera entrega de alimentos se registra en Italia en el año de 1889, cuando el rey Umberto y la reina solicitan que se entregue una pizza en su palacio de Nápoles.

El auge del servicio a domicilio se dio en los Estados Unidos en la época de 1950. En esta época tuvo gran participación la aparición del televisor ya que la familia principalmente las de clase media dedicaban sus días a este artículo del momento. Esto hizo que la industria de restaurantes tuviera menos clientes, por eso los establecimientos se vieron en la obligación de adaptarse y crear el nuevo servicio de entrega a domicilio.

Se puede evidenciar que el servicio de entrega a domicilio existe desde hace mucho tiempo atrás, sin embargo, el impacto de la tecnología y la entrada de esta a los negocios de alimento y bebidas ha generado un cambio considerable en los hábitos de alimentación de gran parte de la población, especialmente en aquellos para los que comer, esta simplemente a la vuelta de un clic.

El comercio electrónico en el mercado global ha influenciado al desarrollo de los servicios de entrega a domicilio provocando un crecimiento en el mercado, lo que se refleja con el aumento de los usuarios que sienten la necesidad y dan la aceptación de usar este servicio, como parte fundamental de sus compras digitales y convencionales que generalmente son comida, productos u otros bienes.

El servicio de entrega moderno ha cambiado rotundamente, a través de un análisis sobre las tendencias del nuevo usuario y palpando las necesidades existentes en el cantón Santa Elena ubicado en la provincia de Santa Elena se ha examinado la oportunidad de crear una empresa de servicio delivery. Encargada de gestionar los

pedidos hasta el domicilio del solicitante, incorporando para la movilización Scooter eléctricos, los mismos que generan poca contaminación al medio ambiente, ahorro económico para la empresa en tema de combustible, mantenimientos preventivos y correctivos además de generar fuentes de trabajo para los habitantes de la provincia como un aporte a la sociedad.

Las estrategias de Porter (Porter, 1985) indican que para que una compañía pueda generar ventaja competitiva frente a sus competidores, para ello hay dos ventajas competitivas de las cuales puede escoger, bajo costes y diferenciación. Nuestra estrategia está basada en la diferenciación, la empresa pretende ingresar al mercado diferenciándose de la competencia con un servicio de calidad en los tiempos de entrega de los productos. Siendo una empresa innovadora que pretende ganar ventaja competitiva y posicionamiento en la mente del consumidor, por este motivo se ha seleccionado la provincia de Santa Elena por contar con un nicho de mercado desatendido que requiere alcanzar el desarrollo y crecimiento comercial como en otras ciudades del país.

## **7. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO MODELO DE NEGOCIO**

### **7.2. *Objetivo General***

Diseñar una propuesta de investigación y el análisis de factibilidad para verificar la viabilidad o no del proyecto del servicio delivery en la provincia de Santa Elena para el año 2022.

### **7.3. *Objetivos Específicos***

- Analizar los resultados de investigación del mercado para encontrar el perfil del cliente ideal.
- Empatizar, definir y validar el comportamiento del cliente.

- Generar estrategias para la construcción diferencial del negocio.
- Analizar al cliente interno y externo.
- Establecer un plan administrativo, comercial, de venta, y marketing para el negocio.
- Proyectar los estados de resultados de la puesta en marcha del servicio delivery.

## **8. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO**

FLASH DELIVERY es una empresa de servicio creada para cubrir una necesidad identificada en los habitantes de la provincia de Santa Elena, surge para brindar comodidad a los usuarios con el propósito de gestionar sus entregas a domicilio, mediante un servicio con precios accesibles, atención de calidad y diferenciándose de la competencia por el cumplimiento de los tiempos establecidos para sus entregas.

Además de ser una más de las empresas que piensa en el cuidado del medio ambiente y su preservación por lo que decide incorporar el uso de vehículos eléctricos para el desarrollo de sus actividades ya que es la forma más eficiente de descarbonizar el sector transporte. Un cambio hacia la movilidad eléctrica mejoraría la calidad del aire ya que estos vehículos no utilizan combustibles fósiles por lo que no emiten gases de efecto invernadero.

Además de los beneficios que se obtiene por el uso de estos recursos, como los son los bajos costos de mantenimiento se pretende promover el uso de estos vehículos como una iniciativa al cambio mediante la concientización al cuidado del medio ambiente de parte de nuestros clientes y porque no de nuestros competidores.

## 9. ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE

### ANÁLISIS “5”

#### 1. CONTEXTO

En esta parte del análisis se busca evaluar los factores externos de la empresa, comprender lo que está ocurriendo en el mercado donde se va a establecer, conocer los factores políticos, económicos, social, tecnológico, ecológico y legal, los cuales pueden llegar a provocar algún efecto sobre el servicio que se desea prestar.

##### **1.1. Análisis PESTEL**

Esta es una herramienta que sirve para monitorizar los factores macro ambientales que tienen un impacto en la empresa, esto permite responder a los cambios que se están dando en el mercado y poder diferenciarse de las organizaciones competidoras creando una ventaja competitiva.

##### **1.1.1. Político Legal**

El factor político afecta positivamente al servicio de entrega a domicilio, a pesar de que la economía se ha visto perjudicada por el COVID 19, el país ha emprendido una política de reactivación económica presentando propuestas que generen viabilidad a los emprendimientos.

En la actualidad las empresas que deseen ejercer una actividad comercial/servicios deben estar legalmente constituidas en el Ecuador de acuerdo con el régimen que obedece a la legislación vigente, mismas que deben seguir rigurosos procedimientos lo que implica en realizar trámites bastantes complejos para la puesta en marcha del negocio.

El código de trabajo contiene normas especiales que regulan el cumplimiento de las empresas con sus lineamientos de protección y derecho de los trabajadores, de la misma

manera existen diversas modalidades de contratación bajo la normativa controladora, aunque también es aceptado el contrato verbal que se dirige en plena cuenta y riesgo de ambas partes y limitaciones de las condiciones laborales, especificando la libertad de trabajo y contratación, irrenunciabilidad a los derechos, protección judicial y administrativa. Mantener una relación de ambiente laboral sin maltratos de palabra o de obra.

Las políticas fiscales que el gobierno actual ha propuesto son eliminar los trámites innecesarios, propiciar capacitación y acceso a condiciones óptimas de financiamiento, tomando en cuenta la interrelación que debe existir entre la academia, la empresa y los diferentes niveles de gobierno.

### **1.1.2. Económico**

El factor económico repercute al servicio delivery, ya que esto recae directamente en las economías de los países emergentes, influye en el desarrollo de las labores empresariales, se tiene el PIB, el ingreso per cápita, la tasa de empleo adecuado, la tasa de desempleo, la inflación mensual y anual, el salario básico unificado, la canasta familiar básica siendo estos los factores que implicaría una disminución en consumo para hogares.

Los sectores económicos del Ecuador se encuentran dividido en tres partes, tenemos el sector primario conformado por la ganadería y la agricultura, el sector secundario compuesto por la industria siendo en el 2019 la sexagésima industria más valiosa del mundo, la minería obteniendo una producción anual de alrededor de una tonelada de antimonio la que lo posesiona como uno de los 14° productores más grande del mundo de esta materia y energía en el 2020 el país fue el 27° productor mundial de petróleo extrayendo 479,3 mil barriles/día.

El de servicio se lo conoce como el sector terciario en la economía de nuestro país aquel está compuesto por todas aquellas actividades que satisfacen las necesidades del

consumidor. Los ingresos de estas actividades han representado un incremento, en nuestro país el 68% de los empleos generados a nivel nacional provino de las empresas dedicadas a actividades de servicios, en base a los estudios realizado podemos evidenciar la importancia que tiene este renglón dentro de la economía del país frente a los demás sectores económicos.

La economía ecuatoriana finalizó 2020 con una fuerte contracción del PIB real del 7,8% en relación con 2019, en el marco de la cual sobresale la variación interanual observada en el segundo trimestre de 2020 (-12,8%). Por su parte, el PIB per cápita real experimentó una mayor caída a una tasa del 9%, frente al descenso del 1,4% registrado en 2019. Al comparar 2020 y 2019, entre los componentes de la demanda agregada destaca la caída de la formación bruta de capital fijo (-11,9%), del consumo de los hogares (-7%), del gasto del gobierno general (-6,1%) y de las exportaciones de bienes y servicios (-2,1%)<sup>14</sup>. (Ecuador, 2021)

La tasa de participación global presentada hasta septiembre del 2021 fue del 66,7%, la tasa de empleo adecuado de 33,5%, el subempleo de 22,7%, el otro empleo no pleno de 27,6%, el empleo no remunerado fue de 10,8%, mientras que, el empleo no clasificado se ubicó en el 0,5%. El desempleo, a nivel nacional alcanzó el 4,9% de la población económicamente activa (pea).

El INEC informó que los productos que más aportaron para esta leve alza de inflación mensual han sido el rubro de transporte (0,12 %), el de alimentos y bebidas no alcohólicas (0,03 %) y muebles y artículos del hogar (0,02 %). Dentro del tema de transporte, los productos que generaron el alza fueron la gasolina de bajo octano, viaje en avión y automóvil. Adicionalmente, en octubre de 2021 el costo de la canasta familiar básica (CFB) se ubicó en \$712,12, mientras que el ingreso familiar mensual de un hogar tipo se ubicó en \$746,67, lo cual representa el 104,85 % del costo de la CFB. (Correo, 2021)

### **1.1.3. Social**

El consumidor a causa del covid-19 se ha visto en la necesidad de adaptarse a la modalidad en línea de varias actividades, entre ellas, el adquirir productos a través de plataformas digitales.

El estudio realizado por (IPSOS, 2020) reveló que en el país 9 de cada 10 ecuatorianos comprarán productos y usarán servicios sólo donde se cumplan las medidas de bioseguridad. Así como también, el 47% cambiarán totalmente sus prioridades en el gasto de productos y servicios después de superar los efectos del COVID-19, priorizando el consumo de productos nacionales.

En cuanto al indicador de relaciones sociales, se obtuvo que la comunicación online y las redes sociales han sido útiles para reconectarse tanto en el entorno más cercano como en el ámbito profesional. Los consumidores y las empresas deben cooperar y colaborar para la supervivencia (dentro de un modelo colectivista y comunitarista para atenuar la crisis).

### **1.1.4. Tecnológico**

#### **Incremento de cobertura de internet**

Las empresas y el gobierno están alineados para llevar esta herramienta a todo el país, lo que facilita la comunicación para las personas que habitan en sitios alejados.

#### **Medios de pagos digitales.**

La digitalización de los pagos ha revolucionado la forma en la que compramos productos o la adquisición de servicios, hasta la manera en la que compartimos gastos con la familia. Las características más destacadas son la seguridad, la rapidez o la comodidad estas son algunas de las múltiples ventajas que permiten que este sea uno de los métodos más elegidos para pagar. Los métodos de pago que se realizan a través de internet están cada vez más presentes, relegando a un segundo lugar, al dinero en metálico.



### **Comercio electrónico**

La cantidad de comercio llevada a cabo electrónicamente ha crecido de manera extraordinaria debido al uso de internet y al confinamiento por la pandemia del covid-19. Una gran variedad de comercio se realiza de esta manera, se compra y se vende productos y servicios

### **Vehículos eléctricos**

Proporcionan a los negocios ese impulso que están buscando para ser más competitivos, reduciendo de forma sensible los costes en la empresa, dado que no hay que depender del consumo de gasolina y el valor por mantenimiento es menor al de combustión.

#### **1.1.5. Ecológico**

El compromiso con el cuidado y preservación del medio ambiente debe ser una obligación moral que toda empresa debería optar.

El ministerio del ambiente busca impulsar el desarrollo y aplicación de políticas de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, tales como inversiones en desarrollo de fuentes de energía renovables, la promoción para el uso de combustibles limpios, mejoras en la eficiencia de los procesos de combustión y modificación de las tendencias de consumo a través de la educación ambiental. Los factores ecológicos que tienen los Scooter eléctricos son amigables con el ambiente al no crear un impacto de contaminación o destrucción al sistema ecológico.

El Ministerio del Ambiente y Agua, presentó de manera oficial el Programa Ecuador Carbono Cero (PECC), el cual tiene como objetivo promover e incentivar la implementación de medidas y acciones para la cuantificación, reducción y neutralización de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), producidas en sus diferentes procesos y actividades, por parte del sector productivo y servicios del país. Cabe recalcar que con relación al año 2019, SICPA en el Ecuador consigue reducir su huella de carbono

de un 643.86 CO<sub>2</sub>e a 500.49 CO<sub>2</sub>e en el año 2020 disminuyendo las emisiones en un 22.27%, pasando de un KPI de 9.20 a 7.15 CO<sub>2</sub>e/HC un hito importante en la consecución del objetivo central de SICPA lo que determina que se puede lograr el objetivo del Ministerio del Ambiente.

### **1.1.6. Legales**

Reformas a la ley de tránsito, el uso de vehículos eléctricos y otros medios asociados a la micro movilidad, como bicicletas y motos eléctricas, serán regulados por los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) metropolitanos o municipales, mediante ordenanzas.

Resolución 016 del COMEX del 3-junio-2019: redujo al 0% el arancel a la importación de vehículos eléctricos para uso particular, transporte público y de carga.

Superintendencia de compañías valores y seguros-constitución electrónica de compañías: un ciudadano puede constituir una compañía en línea a través de un proceso simplificado, en un lapso de 48 horas.

## **2. COMPAÑÍA**

### **2.1. Análisis FODA**

**Figura 1:**

*Análisis FODA*



Nota. Ilustrativo del Análisis FODA, Clarín Economía, 2020 (<https://www.clarin.com>)

## **Fortalezas**

### **Vehículos amigables al medio ambiente para su movilización:**

En la actualidad los consumidores son más conscientes sobre la responsabilidad ambiental por este motivo nuestro servicio ingresa con medios de reparto que producen un mínimo grado de contaminación.

### **Fácil negociación con los proveedores:**

La pandemia ha favorecido al sector productivo, uno de ellos son los emprendedores quienes buscan que sus negocios funcionen y tengan volumen en venta especialmente en santa elena donde se ha evidenciado el crecimiento de estos emprendimientos, además la provincia cuenta con grandes empresas entre ellos productores, exportadores etc. Que benefician el proyecto dando así alternativas al servicio.

### **El negocio cuenta con varios servicios para el consumidor:**

Para ganar participación en el mercado local ponemos a disposición los servicios compartidos, tarifas diferenciadas y entrega de distintas encomiendas por ejemplo recoger o entregar documentos.

### **Facilidad en pagos y cobros por medios digitales y tecnológicos:**

De acuerdo con las tendencias de mercado, los consumidores prefieren que la gestión de cobro y pago sea de manera sencilla y se acople a sus medios de información por eso se implementa pagos en tarjetas, transferencias por móvil o efectivo. La empresa fue creada por jóvenes profesionales conscientes de la necesidad de consumo en la provincia.

La empresa fue creada por jóvenes profesionales conscientes de la necesidad de consumo en la provincia, además de que sus oficinas se encuentran ubicadas en un área estratégica que permitirá que se conozca la marca de la empresa y del servicio que se brinda. La empresa contará con personal altamente calificado para ejercer sus funciones

en el área designada, además de estar en constante fortalecimiento de su conocimiento mediante capacitaciones constantes.

Para ingresar a un negocio se necesita un análisis previo sobre el mercado, donde FLASH DELIVERY implementó un estudio dando favorablemente resultados que existe demanda local.

## **Oportunidades**

### **Conciencia ecológica:**

Debido al cambio climático que está sufriendo nuestro planeta fruto de la contaminación por el uso de combustibles fósiles, el cliente cada vez más quiere productos y servicios que no dañen el medio ambiente, es por esto por lo que FLASH DELIVERY brindara sus servicios en motos eléctricas que no realizan emisiones de gases contaminantes.

### **Poco desarrollo del servicio en el sector:**

El servicio de delivery no ha logrado alcanzar un gran desarrollo, como en otras grandes provincias y ciudades, lo que beneficia a FLASH DELIVERY para prestar este servicio en la provincia de Santa Elena.

### **Distancia entre ciudades:**

La provincia de Santa Elena está conformada por tres cantones que se encuentran a 10 minutos el uno del otro, por lo que el servicio se lo puede prestar en toda la provincia, teniendo un mercado de 308693 habitantes y una población económicamente activa de 99897 personas.

### **Alianzas comerciales:**

Tradicionalmente el servicio de delivery ha sido relacionado al de la entrega de comidas de restaurantes, pero existe una gran cantidad de negocios como: tiendas, farmacias, ferreterías, comisariatos, bancos, empresas públicas y privadas, entre otras

que requieren de este tipo de servicios para ser más eficientes, cuidar la salud de sus clientes y por comodidad de sus clientes.

**Turismo:**

La provincia de santa elena es una de las más turísticas del país por sus playas y otros atractivos de la zona, lo que hace que exista una gran cantidad de población flotante en la época de temporada que dura desde enero hasta abril y de agosto a septiembre los mismos que tienen el servicio de delivery en sus ciudades de orígenes por lo que esperan tener este mismo tipo de servicio en el lugar que se encuentran.

**Aumento de medidas de higiene y protección sanitaria:**

Con el fin de la cuarentena y restricciones que se habían implementado para contrarrestar el número de contagiados por el covid-19, los consumidores están más atentos a los protocolos de seguridad que aplican las empresas no solo en sus instalaciones, sino al momento de entregar sus productos y servicios.

**Redes sociales e internet:**

La gran mayoría de la población hace uso de estos medios para mantenerse comunicado en todo momento, por lo que la empresa puede promocionar y difundir el servicio que presta sin realizar grandes inversiones económicas en campañas publicitarias.

**Debilidades**

**Poco reconocimiento de marca:**

Al ser nuevos en mercado laboral tenemos cierta vulnerabilidad con el posicionamiento y reconocimiento de nuestro servicio, al no estar presente en la mente del consumidor no podríamos elegirnos, menos saber que existimos donde se podría generar una desconfianza o desinterés de este lo que repercute al negocio.

**Capital limitado:**

Al ser un proyecto que se requiere de mucha inversión, los jóvenes profesionales no cuentan con un capital grande que les permita solventar escenarios inesperados.

**No contar con una aplicación propia:**

Las aplicaciones en los servicios de reparto son indispensables porque contribuyen y facilitan el proceso de venta y distribución de los pedidos, al no poseer un control total de la aplicación se dificulta el acceso personalizado donde se tendría que laborar con un intermediario que actualice la información y se generarían otros cobros sea por mantenimiento, plan premium u otros factores.

**Contratar personal sin experiencia laboral:**

El capital humano debe cumplir con parámetros y políticas establecidas por la organización, contratar un personal que tenga poco conocimiento en áreas específicas e importante para el negocio podría traer graves consecuencias porque se desconoce cuáles son sus destrezas o habilidades y hasta que se adapte al manejo del negocio se formarían otro costo de inversión como por ejemplo capacitar al personal.

**Los medios de transporte:**

Al trabajar con vehículos eléctricos que poseen una batería con duración de hasta 10 horas se presenta la dificultad de realizar un recorrido extenso donde se agote su funcionamiento y no pueda llegar a su destino.

**Amenazas**

**Regulación de tránsito:**

El uso actual de vehículos de scooter eléctricos es un tema de estudio tanto para el sistema de matriculación como para el libre tránsito de las unidades eléctricas. Si hay un cambio o implementación de una nueva ley esto incurriría en gastos adicionales.

**Competencia:**

En la actualidad el negocio de servicio de entrega a domicilio podemos decir que está entre el ciclo de crecimiento y madurez, por lo que al tener una mayor competencia lo que se verá reflejado como una disminución en los ingresos para este tipo de negocio.

**Aumento de los costos de importación:**

Un incremento en los valores arancelarios para la importación de vehículos o repuestos nos podría perjudicar al momento de realizar la compra de los vehículos.

**Crisis sanitaria:**

Amenazas por alguna nueva sepa de algún virus o mutación del virus que actualmente mantiene en zozobra a la pequeña, mediana y grandes empresas.

**Insatisfacción de los clientes:**

Que los resultados no sean los esperados luego de la implementación del negocio siendo la insatisfacción y malestar por parte de nuestro servicio brindado a nuestros clientes.

**Estabilidad económica y política del país:**

El año 2020 fue un año difícil para el mundo y en particular para el Ecuador. La emergencia sanitaria causada por la pandemia del COVID-19 provocó una profunda recesión que conllevó al aumento en las cifras de pobreza. Ecuador aún requiere hacer frente a desafíos remanentes de la crisis sanitaria, además de los problemas presentados por los paros a causa de la inconformidad que tiene el pueblo con su actual mandatario, lo que genera una inestabilidad en estos ámbitos.

**Incremento o implementación de nuevas empresas de delivery.**

De igual manera que la empresa como tal pudo identificar esta necesidad de parte de los habitantes de la provincia en mención, esto lo podría hacer otra empresa lo que nos pone en alerta ya que nos representara una amenaza, pero a su vez determinara nuestra manera de reacción y mejora del servicio. Actualmente hay competencia en la provincia

ya que hay empresas que están brindando este servicio, pero son aquellas que mediante sus debilidades han permitido que nosotros las reforcemos y utilicemos como fortaleza

### **3. CLIENTES**

Los consumidores cada vez son más exigentes y desarrollan nuevos hábitos de compras basados en los cambios que se dan en el mercado y el desarrollo tecnológico que está evolucionando constantemente, ahora el cliente tiene el poder de interactuar con las organizaciones a través de redes sociales y medios digitales y expresar sus inconformidades o afinidades.

#### **3.1. Buyer Persona**

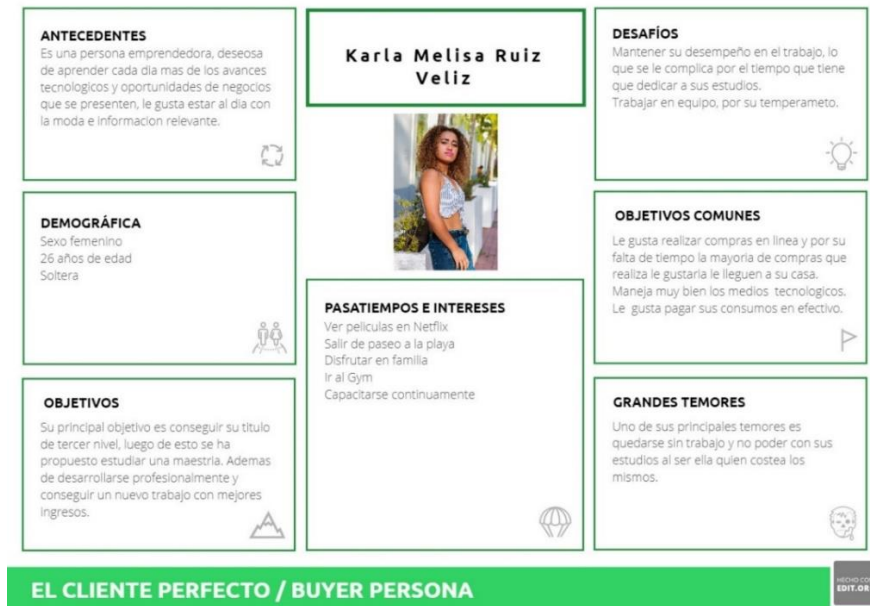
El grupo de clientes que se consideran para este proyecto son las personas con una edad comprendida desde los 18 hasta los 65 años, siendo nuestro mercado meta identificado. Se toma en consideración a este grupo de personas tomando en cuenta los resultados del estudio de mercado que realizamos donde se puede evidenciar que las personas entre este rango de edad son las que tienden al uso del servicio de entrega a domicilio ya sea de comida rápida o de cualquier otro artículo en general.

A continuación, indicamos los resultados obtenidos de la representación de nuestro público objetivo mediante el Buyer persona:



Figura 2:

Descripción Breve del Buyer Persona #1



Autor: Elaboración Propia (2022)

Figura 3:

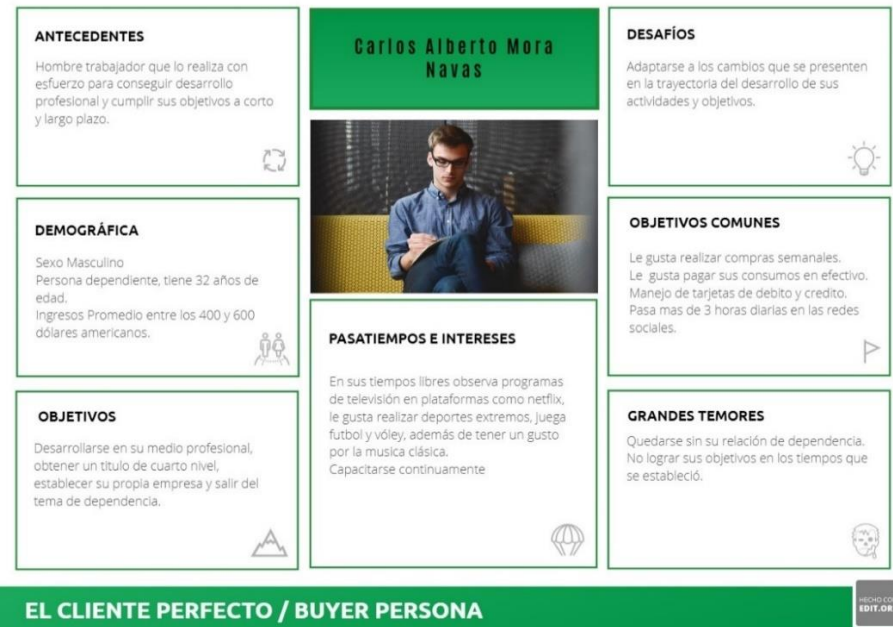
Descripción Breve del Buyer Persona #2



Autor: Elaboración Propia (2022)

Figura 4:

## Descripción Breve del Buyer Persona #3



Autor: Elaboración Propia (2022)

Figura 5:

## Descripción Breve del Buyer Persona #4



Autor: Elaboración Propia (2022)

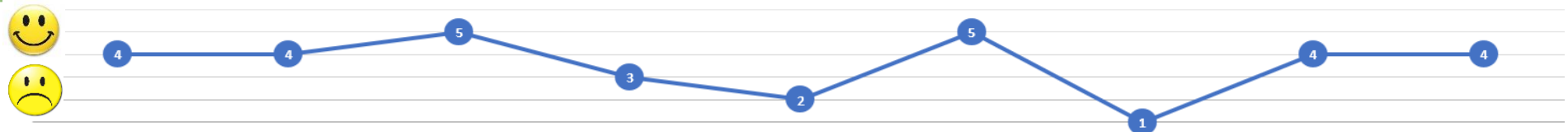
### 3.2. Customer journey map

Figura 6:

Customer Journey Map



ACCIONES DEL USUARIO	Busqueda de la empresa	Contacto de la empresa	Solicitud del Servicio	Elección del Establecimiento o donde se hara la compra	Compara precios de los productos	Confirmación de pedido	Seguimiento de pedido	Recepción de los productos	Pago del servicio
PUNTO DE CONTACTO	Navegadores Redes sociales Contactos telefonicos	Pagina Web Facebook WhatsApp	Chat Llamada telefonica SMS	Catálogo de la página web o redes sociales	Catalogo de la pagina web o redes sociales	Chat Llamada telefonica SMS	GPS Llamada telefonica	Repartidor	Repartidor
¿QUÉ ESTA PENSANDO? ¿QUÉ ESTA SUCEDIENDO?	Que empresa me puede dar el servicio.  Necesito una empresa que cumpla con el tiempo que esta ofertando	¿Debo de registrarme para usar el serviciio?	Preguntar cual es el precio del servicio, tiempo de entrega y formas de pago	¿Habrá variedad de tiendas?	Compara precios de las diferentes tiendas que ofrecen los mismos productos	Decide que producto comprar	¿Espero que no me haya equivocado al elegir esta empresa?	Revisa que todo este completo.  Me alegro que el producto halla llegado en buen estado.	Espero que tengan cambio o acepte tarjetas de debito  Existen varias formas de pago



Autor: Elaboración Propia (2022)

## 4. COMPETIDORES

### 4.1. Fuerza competitiva de Porter

#### 4.1.1. Rivalidad entre competidores

Las empresas que ofrecen el servicio de entrega a domicilio han ido creciendo notoriamente incluso llevando a dueños de negocios a formar su propio equipo de entrega a domicilio, lo que lleva a que las empresas sean competitivas, no tan solo en precios sino también en la calidad del servicio que permita marcar la diferencia y que esto sea lo que atraiga a los clientes al momento de pensar en solicitar un servicio y decidir qué empresa es la que el cliente desea que satisfaga su necesidad.

Al ser uno de los negocios que más demanda tiene por los problemas que pasamos por tema pandemia, las empresas que lo ofrecen son varias y esto permite que entre ellas haya competencia para captar más clientes y dejando claro que los únicos beneficiados al tener varios rivales son y serán los clientes.

#### 4.1.2. Amenaza de nuevos competidores

La amenaza de nuevos competidores en el negocio es alta ya que actualmente el servicio de delivery es uno de los más usados por los clientes que desean ahorrar tiempo y por comodidad desean solicitar lo que quieren adquirir con entrega hasta la puerta de su hogar. Al ser uno de los primeros servicios de delivery en el sector debemos marcar la diferencia tanto en imagen como en calidad de servicio para fortalecernos y de esta manera dificultar que la competencia pueda llegar a alcanzarnos o querer superar nuestro servicio.

**Tabla: 1**

*Posible Nuevos Competidores*

Empresa	Precios	Servicios que ofrece	Calidad de servicio	Cobertura
Uber eats	Alto	Restaurantes	Muy bueno	Guayaquil
		Supermercados		Duran

		Farmacias		Samborondón
		Licores		Daule
				Quito
				Sangolquí
				Cuenca
				Ambato
<b>Domino's Pizza</b>	Medio	Comida rápida	Excelente	Guayaquil
				Cuenca
				Quito
				Ambato
<b>Super Easy</b>	Medio	Restaurant	Bueno	Guayaquil
				Quito
				Samborondón
				Santa Elena
<b>Pedidos Ya</b>	Bajo	Restaurantes	Bueno	Ambato
		Supermercados		Cuenca
		Farmacias		Cayambe
		Licores		Esmeralda
		Café y snacks		Ibarra
		Tiendas		Manta
		Mensajería		Otavalo
				Portoviejo
				Quevedo
				Quito
				Riobamba
				Santa Elena
				Santo Domingo
<b>Picker</b>	Medio	Tiendas	Bueno	Guayaquil
		Mercados municipales		Samborondón
				Daule
		Encomiendas		Duran

Autor: Elaboración Propia (2022)

#### **4.1.3. Poder de negociación de proveedores**

Nuestros proveedores tienen un bajo poder de negociación, puesto que los proveedores que puedan vender a FLASH DELIVERY los implementos o herramientas que necesita para desarrollar sus actividades son varios, de esta manera no nos vemos comprometidos o atados a un solo proveedor. Esto beneficia a FLASH DELIVERY ya que puede conseguir sus implementos para el desarrollo de sus actividades a un coste más bajo.

#### **4.1.4. Amenaza de productos sustitutos**

Claro está que existen otros medios que se verían como servicios sustitutos que pueden brindar el servicio de entrega a domicilio, como los son el servicio de taxis, alguna empresa nueva de características similares a las de FLASH DELIVERY, que el propio cliente decida ir por sus productos directamente a las tiendas

#### **4.1.5. Poder de negociación de los clientes**

FLASH DELIVERY al ser una de las primeras empresas en brindar este servicio en la zona, el poder de negociación de los clientes será bajo, ya que en el estudio que se realizó nuestro servicio tendrá valores accesibles, diferentes medios de pago, conjunto de servicios compartidos que permitirá que los clientes se beneficien de tarifas económicas siendo una de las alternativas más tentadoras para nuestros usuarios.

### **5. COLABORADORES**

La cadena de valor de FLASH DELIVERY está constituida por una logística de entrada que abarca:

- Recepción del pedido.
- Ejecución del envío de la solicitud.
- Requerimiento de socios claves que provisionen la mercadería.
- Distribución de salida mediante repartidores.
- Finaliza con el personal con el Community Manager que es el responsable de comercializar el servicio mediante medios digitales o convencionales razón la cual se necesita de stakeholder que aporten en la atención al cliente, socios claves, personal de logística y distribución.

A continuación, se describen el personal que intervienen en la actividad:

**Personal administrativo y financiero:** Son los encargados del manejo, funcionamiento y orden de la empresa entre ellos tenemos: Gerente general, contador externo, y secretaria.

**Community manager:** Responsable de la marca en los medios digitales.

**Personal operativo:** Encargado de la producción del negocio para ello se necesita de un jefe de logística y distribución que distribuya las rutas y los repartidores o motorizados.

**Socios claves:** Este modelo de negocio requiere de un personal afiliado que provean con sus diferentes productos o servicios en la actividad económica del proyecto. A continuación, se describen los más importantes:

- **Supermercados:** Estos negocios tienen una gran cantidad de productos que están a disposición de los clientes para que sean adquiridos y estos a su vez pueden ser entregados en los domicilios o lugar que el cliente lo pida.
- **Plataformas digitales:** A través de estos canales flash delivery puede ofertar y brindar el servicio de entrega a domicilio.
- **Cadenas de farmacias:** Mediante la comunicación constante que se maneja entre empresas, el objetivo es que los pedidos solicitados estén listos de retirar al momento que los repartidores pasen por ellos, para de esta manera poder cumplirle a los clientes con los tiempos establecidos según el recorrido.
- **Ferreterías:** Los materiales y herramientas que se necesitan para realizar diferentes tipos de mejoramientos, arreglos y proyectos se encuentran en este lugar y pueden ser entregados a domicilio cuando el cliente no puede dirigirse a estos lugares por falta de tiempo.
- **Restaurantes:** Existe una gran cantidad de personas que por motivos como lo es la falta de tiempo, comodidad, ellos prefieren comprar sus alimentos en estos lugares los mismos que tienen un menú variado para satisfacer la necesidad de alimentar a sus clientes.
- **Socio repartidor:** Comunidad de motorizados, con un alto grado en compromiso, responsabilidad con vocación en atención y servicio al cliente, que no requieran de un contrato fijo, al contrario, el tipo de pacto será por afiliación y se encuentre interesado.

## 10. PLAN DE OPERACIONES

El plan de operaciones, es una parte fundamental para la puesta en marcha de una empresa y que para que posteriormente tenga un óptimo funcionamiento, en este se define el cuánto (cantidad), cantidad, el cómo (método), sistema y el cuándo (tiempo) se va a producir o prestar un servicio. (Martí & Thierry, 2014)

El plan de operaciones, contiene el diseño de la estructura y la implementación de todos los procesos que permitirán entregar el servicio y llevarlo al cliente, al mismo tiempo permite conocer la cantidad de recursos que se pueden llegar a necesitar para la prestación del servicio. El servicio de FLASH DELIVERY tiene como fin conectar por medio del internet y herramientas tecnológicas a personas que tengan la necesidad de trasladar objetos de un lugar a otro con la empresa.

### ***10.1. El espacio físico a ser usado***

La infraestructura necesaria para desarrollar las actividades de FLASH DELIVERY es una oficina de 36 metros cuadrados, la misma debe de contar con todos los servicios básicos e internet y 4 estaciones de trabajo, adicional un parqueadero de 6.75 metros cuadrados con conectores de energía eléctrica donde estarán los scooters eléctricos. Las instalaciones albergarán a un total de siete trabajadores:

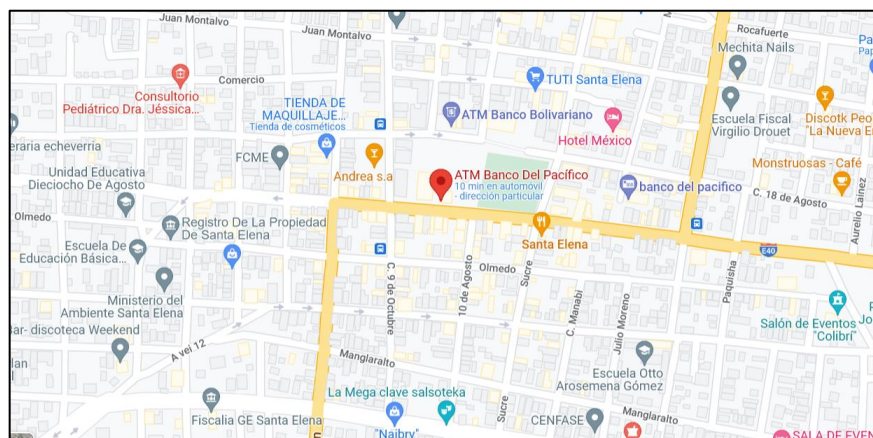
- Un Community Manager
- Operadora para receptar y cobrar los pedidos
- Una secretaria
- Un Administrador (Gerente)
- Tres repartidores de planta



**Figura 7:***Espacio físico a ser usado*

Autor: Darwin Tomalá (2022)

El centro de operaciones de FLASH DELIVERY estará ubicado en el cantón Santa Elena, calles Guayaquil y 10 de agosto, en el edificio ATM. Se ha elegido este local debido a que se encuentra en el centro de la ciudad y está en un sector de amplio comercio donde se encuentran restaurantes, farmacias, ferreterías, bancos, además de haber facilidades de transportación para empleados y clientes.

**Figura 8:***Ubicación de Instalaciones*

Fuente: Google maps (2022)

## **10.2. Flujograma de Procesos de FLASH DELIVERY**

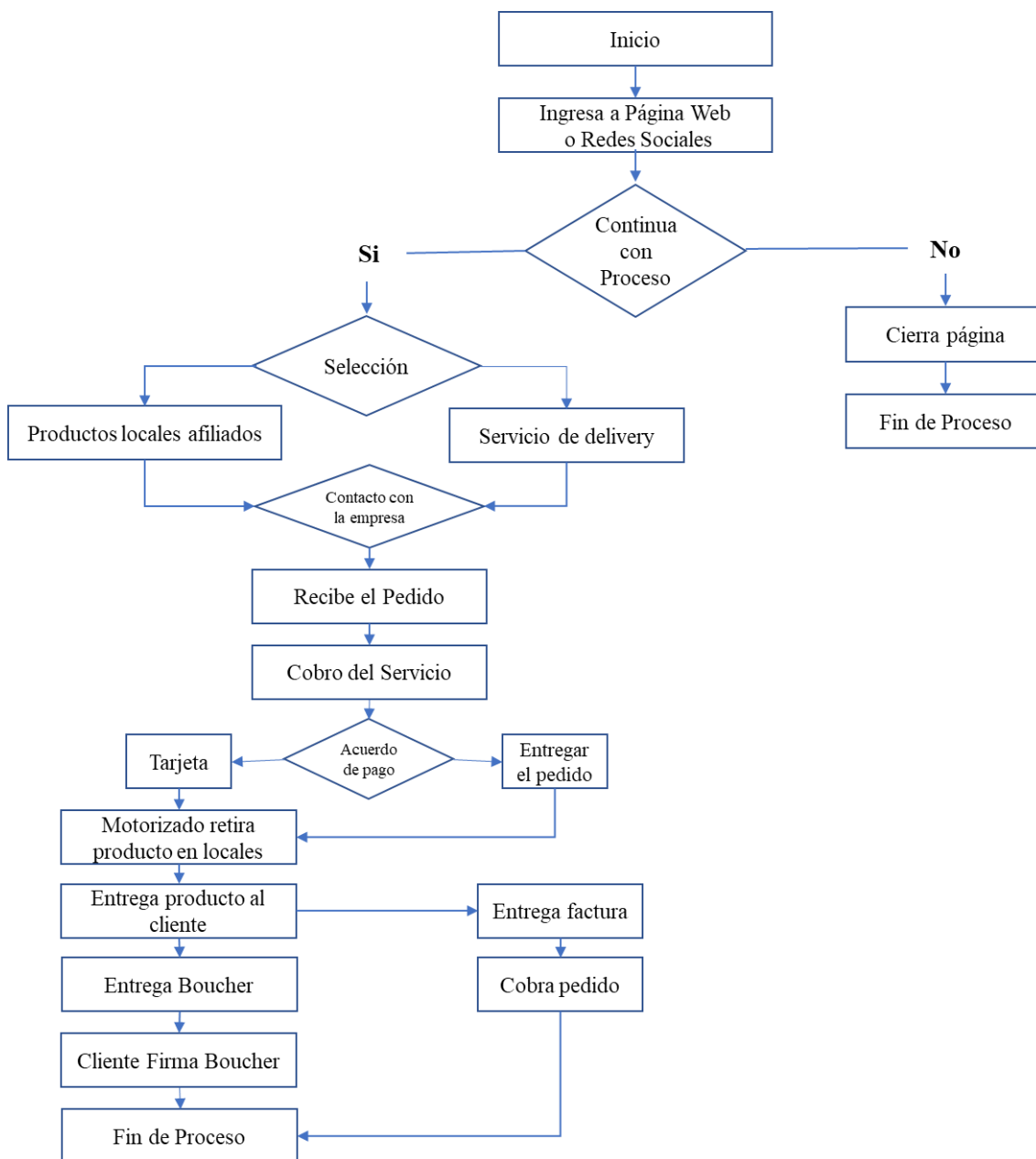
Los flujogramas de procesos son una representación gráfica que se puede aplicar a cualquier tipo y aspecto del proceso, desde el flujo de materiales hasta los pasos para hacer una venta u ofrecer un servicio. El nivel de detalles depende de las necesidades de medición, control o mejora. (González De las Cuevas, 2013)

El diseño del servicio de FLASH DELIVERY es realizado en función a las diferentes necesidades de diferenciación con los servicios de otras empresas que se encuentran en el mercado, se han considerado variaciones en el servicio de tecnología para obtener un contacto más fluido con los clientes.

### **10.2.1. Proceso de venta**

El proceso de venta es la secuencia lógica desarrolla la empresa o el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente. (Ormeño, Carvajal, & Sanz, 2022)

A través de la web, los clientes podrán contratar los servicios de FLASH DELIVERY, ingresando a las redes sociales o página web, allí podrán contratar el servicio de delivery para que se recoja sus productos de los diferentes locales y sean llevado a su domicilio, o de lo contrario podrá escoger los productos de los diferentes locales afiliados para que estos sean llevados al lugar que indiquen.

**Figura 9:***Proceso de venta del Servicio*

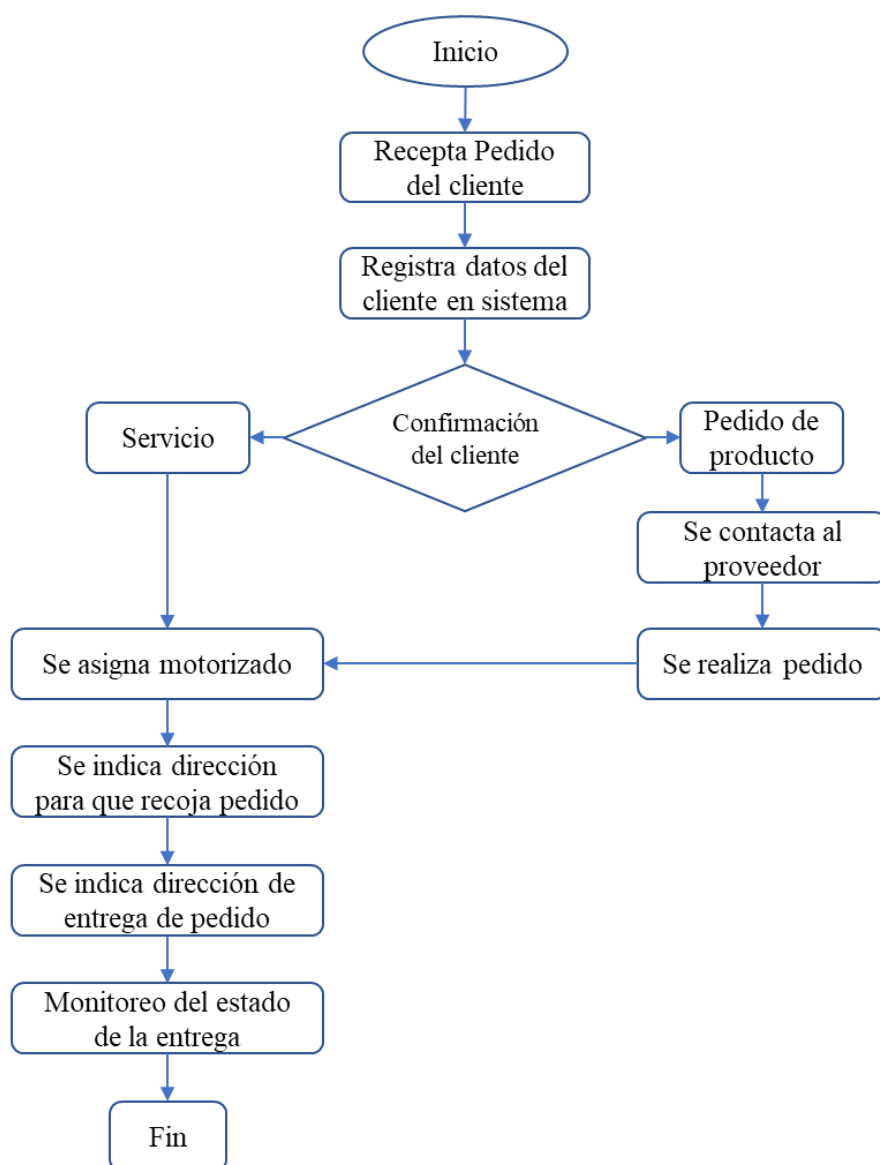
Autor: Darwin Tomalá (2022)

### 10.2.2. Proceso de fabricación

El proceso de Fabricación es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados. (Arnoletto, 2010)

**Figura 10:**

*Proceso de Fabricación del Servicio*



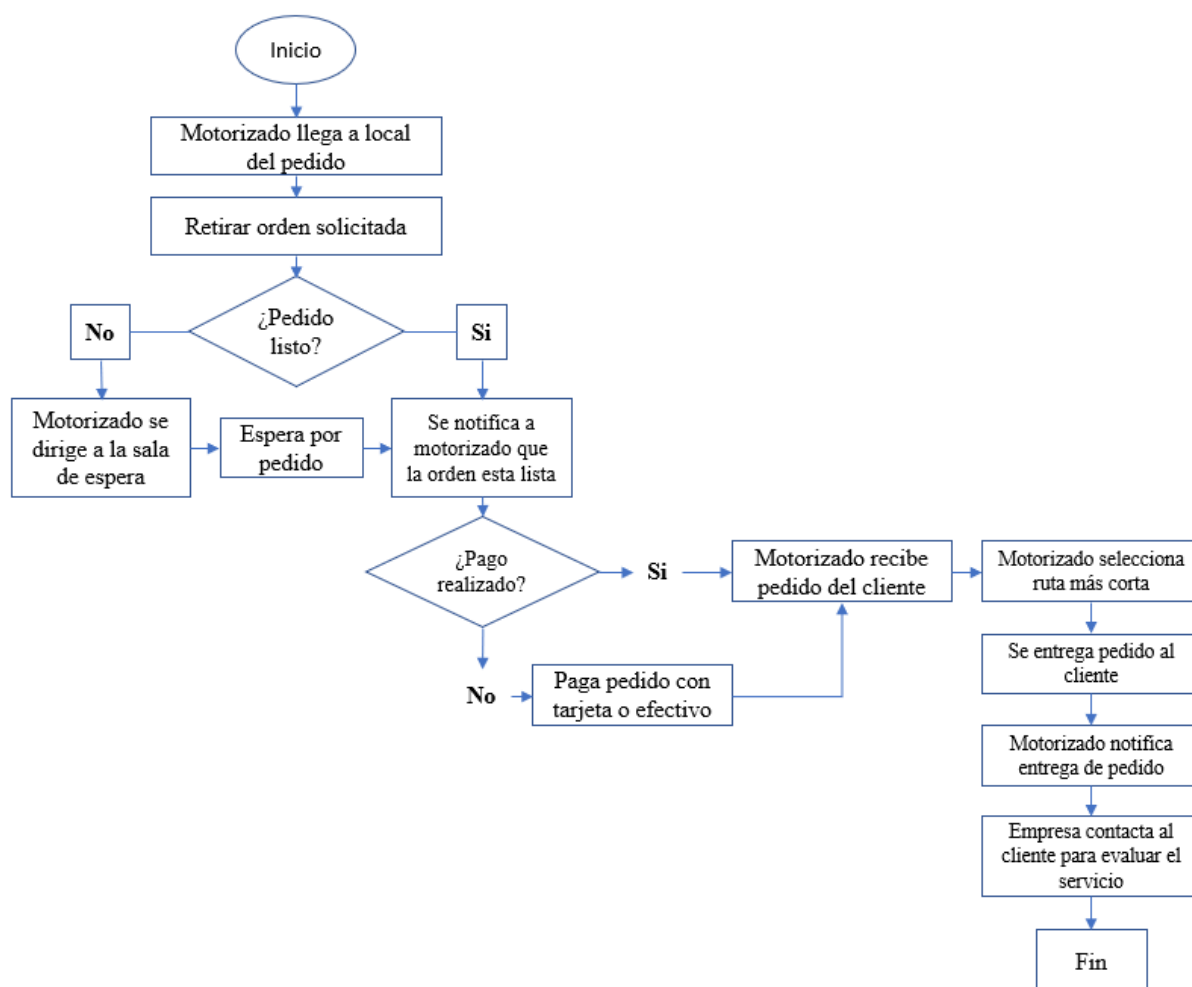
Autor: Darwin Tomalá (2022)

### 10.2.3. Proceso de Ejecución

La ejecución del servicio de FLASH DELIVERY se da desde el momento en que el motorizado que presta sus servicios llega al local donde se encuentra el pedido del cliente, donde tendrá que esperar hasta que el pedido esté listo, realizará el pago del producto en caso de que el cliente no lo haya realizado, después de recibir el pedido se procede a determinar la ruta más corta para entregar el pedido, durante todo este proceso la empresa monitorea de manera constante el estado de la entrega, hasta que el cliente reciba el producto en el lugar solicitado.

**Figura 11:**

*Proceso de ejecución del Servicio de FLASH DELIVERY*



Autor: Darwin Tomalá (2022)

## 11. PLAN FINANCIERO

Es la planificación en términos económicos para poder alcanzar una correcta gestión de los recursos financieros, lo que hace posible que puedan fundamentarse diferentes estrategias con el propósito de cumplir los objetivos y metas empresariales. (Apaza, 2017)

El plan financiero es una parte imprescindible de la planificación de una empresa, en este tipo de planes se recopila toda la información detallada y cuantificada de los planes y objetivos que vamos a desarrollar como empresa. Es importante tener en cuenta que hay diferentes formas de elaborar o estructurar un plan financiero de acuerdo con el tipo de organización, según la clase en el que se encuentra la empresa, en el este caso FLASH DELIVERY se encuentra en las clases de Servicios.

### 11.1. Inversión Inicial

Para Para poder iniciar sus actividades la empresa FLASH DELIVERY requiere hacer inversiones tanto en activos tangibles e intangibles, por lo que plantea realizar las siguientes inversiones:

#### **Inversión en activos intangibles:**

#### **Tabla 2:**

#### *Inversión en Activos Fijos*

Activos Intangibles	cantidad	Precio	Total
Constitución de la Empresa	1	\$900.00	\$900.00
Registro de Marca	1	\$208.00	\$208.00
Desarrollo de Pagina Web	1	\$250.00	\$250.00
Hosting/Dominio	1	\$120.00	\$120.00
Permiso de Cuerpo de Bomberos	1	\$207.00	\$207.00
Patente Municipal	1	\$180.00	\$180.00
Total			\$1,865.00

Autor: Darwin Tomalá (2022)

**Inversión en Activos Fijos:****Tabla 3:***Inversión en Equipos de Oficina*

Equipos de Oficina	cantidad	Precio	Total
Laptop	1	\$700.00	\$700.00
Computadoras de escritorio	3	\$500.00	\$1,500.00
Teléfonos	4	\$20.00	\$80.00
Celulares	4	\$180.00	\$720.00
Aire acondicionado	1	\$400.00	\$400.00
Total			\$3,400.00

Autor: Darwin Tomalá (2022)

**Tabla 4:***Inversión en Muebles y Enseres*

Muebles y Enseres	cantidad	Precio	Total
Escritorios	4	\$220.00	\$880.00
Sillas	4	\$70.00	\$280.00
Estantes	2	\$120.00	\$240.00
Muebles	2	\$210.00	\$420.00
Pizarra	1	\$60.00	\$60.00
Total			\$1,880.00

Autor: Darwin Tomalá (2022)

**Tabla 5:***Inversión en Vehículos y Repuestos*

Vehículos	cantidad	Precio	Total
Scooters eléctricos	3	\$950.00	\$2,850.00
Baterías de scooters	6	\$125.00	\$750.00
Total			\$3,600.00

Autor: Darwin Tomalá (2022)

**Tabla 6:***Inversión del Capital de Trabajo*

Detalles	Tiempo (Meses)	Precio	Total
Suministros de oficina	3	\$80.00	\$240.00
Mano de obra directa	3	\$3,500.00	\$10,500.00
Mano de obra indirecta	3	\$60.00	\$180.00
Depósito de alquiler de oficina	3	\$300.00	\$900.00
Adecuación de oficina	1	\$1,800.00	\$1,800.00
Total			\$13,620.00

Autor: Darwin Tomalá (2022)

**Tabla 7:***Financiamiento de la Inversión Inicial*

Detalles	Cantidad	Porcentaje
<b>Aporte de Socios</b>		
Cindy Medina	\$5,341.25	21%
Kimberly Marín	\$5,341.25	21%
Ismael Murillo	\$5,341.25	21%
Darwin Tomalá	\$5,341.25	21%
<b>Financiamiento</b>		
Crédito Bancario Coop. JEP	\$3,000.00	16%
Total	\$24,365.00	100%

Autor: Darwin Tomalá (2022)

La inversión inicial que tiene que realizar la empresa FLASH DELIVERY para poder desarrollar sus actividades administrativas y operativas asciende a \$24,365.00 la cual será financiada por fondos propios de los socios de la empresa y la solicitud de un crédito a una entidad financiera a una tasa de interés anual del 12%, el capital de trabajo que se ha calculado está estimado para un periodo de tres meses.

**11.2. Proyección de Costos y Gastos:****Costos del Servicio**



**Tabla 8:***Proyección del Costo del Servicio*

Detalles	Cantidad	Valor Unitario	Total, Mensual	Total, Anual
Internet Fijo	1	\$27.00	\$27.00	\$324.00
Planes de Telefonía móvil	3	\$27.00	\$81.00	\$972.00
Pago del 6% de Comisión de tarjetas bancarias por factura	1420	0.135	\$191.70	\$2,300.40
<b>Pago de Comisión a Repartidores afiliados</b>				
Motocicletas 60% del servicio (ruta: Santa Elena, La Libertad, Salinas)	700	\$1.35	\$945.00	\$11,340.00
Scooters 65% del servicio (ruta: Santa Elena, La Libertad, Salinas)	350	\$1.46	\$511.87	\$6,142.50
Motocicletas 60% del servicio (ruta: Santa Elena-La Libertad y La Libertad-Salinas)	350	\$1.65	\$577.50	\$6,930.00
Scooters 65% del servicio (ruta: Santa Elena-La Libertad y La Libertad-Salinas)	175	\$1.78	\$312.81	\$3,753.75
Motocicletas 60% del servicio (ruta: Santa Elena-Salinas)	400	\$1.95	\$780.00	\$9,360.00
<b>Total</b>			<b>\$3,426.88</b>	<b>\$41,122.65</b>

Autor: Darwin Tomalá (2022)

**Gastos Operacionales****Tabla 9:***Gastos Operacionales del Servicio*

Detalles	Cantidad	Valor Unitario	Total, Mensual	Total, Anual
<b>Servicios Básicos</b>				
Agua	1	\$10.00	\$10.00	\$120.00
Energía Eléctrica	1	\$20.00	\$20.00	\$240.00
Teléfono	1	\$10.00	\$10.00	\$120.00
<b>Alquiler</b>				
Alquiler de Oficinas	1	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
<b>Mantenimientos</b>				
Servicio técnico de scooters	18	\$10.00	\$15.00	\$180.00
Llantas	6	\$26.50	\$13.25	\$159.00
Pastillas de frenos	6	\$7.00	\$3.50	\$42.00

<b>Permisos de Funcionamiento</b>				
Permiso del Cuerpo de Bomberos	1	\$17.25	\$17.25	\$207.00
Permisos Municipales	1	\$15.00	\$15.00	\$180.00
<b>Total</b>			<b>\$304.00</b>	<b>\$3,648.00</b>

Autor: Darwin Tomalá (2022)

## Nómina de FLASH DELIVERY:

**Tabla 10:**

### *Sueldo de Colaboradores*

<b>Detalles</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total, Mensual</b>	<b>Total, Anual</b>
<b>Sueldos de Personal Operativo</b>				
Repartidores	3	\$425.00	\$1,275.00	\$15,300.00
Jefe de Logística	1	\$600.00	\$600.00	\$7,200.00
Aportación al IESS 11.15%	3	\$47.39	\$142.17	\$1,706.04
	1	\$66.90	\$66.90	\$802.80
<b>Sueldo de Personal Administrativo</b>				
Gerente	1	\$600.00	\$600.00	\$7,200.00
Community Manager	1	\$600.00	\$600.00	\$7,200.00
Secretaria	1	\$425.00	\$425.00	\$5,100.00
Contador Externo	1	\$60.00	\$60.00	\$720.00
Aportación al IESS 11.15%	3	\$181.19	\$181.19	\$2,174.28
<b>Total</b>			<b>\$3,950.26</b>	<b>\$47,403.12</b>

Autor: Darwin Tomalá (2022)

## Presupuesto de Plan de Medios

**Tabla 11:**

### *Presupuesto de Plan de Medios*

<b>Detalles</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total, Mensual</b>	<b>Total, Anual</b>
Panel Publicitario	1	\$350.00	\$29.17	\$350.00
Publicaciones en Facebook	192	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Publicaciones en Instagram	144	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Página Web	12	\$16.07	\$16.67	\$200.00
Publicidad pagada en facebook	72	\$10.00	\$60.00	\$720.00

Anuncio en diarios locales	12	\$45.00	\$45.00	\$540.00
Volantes	1800	\$0.04	\$6.25	\$75.00
<b>Total</b>			<b>\$157.09</b>	<b>\$1,885.00</b>

Autor: Darwin Tomalá (2022)

## Presupuesto de Capacitaciones

**Tabla 12:**

### *Presupuesto de Capacitaciones*

Detalles	Cantidad	Valor Unitario	Total, Mensual	Total, Anual
Técnicas de Atención al cliente	3	\$100.00	\$25.00	\$300.00
Coaching	3	\$120.00	\$30.00	\$360.00
Taller de seguridad vial	3	\$75.00	\$18.75	\$225.00
<b>Total</b>			<b>\$73.75</b>	<b>\$885.00</b>

Autor: Darwin Tomalá (2022)

## Gastos Financieros

**Tabla 13:**

### *Amortización Anual y Acumulada del crédito bancario*

Entidad	Coop. JEP
Monto	3000
Tasa Anual	12%
Tasa Mensual	1%
Periodos	12
Cuota	\$266.55

Periodo	Cuota	Capital	Interés	Saldo
0				\$3,000.00
1	\$266.55	\$236.55	\$30.00	\$2,763.45
2	\$266.55	\$238.91	\$27.63	\$2,524.54
3	\$266.55	\$241.30	\$25.25	\$2,283.24
4	\$266.55	\$243.71	\$22.83	\$2,039.53
5	\$266.55	\$246.15	\$20.40	\$1,793.38
6	\$266.55	\$248.61	\$17.93	\$1,544.76
7	\$266.55	\$251.10	\$15.45	\$1,293.66
8	\$266.55	\$253.61	\$12.94	\$1,040.05
9	\$266.55	\$256.15	\$10.40	\$783.91
10	\$266.55	\$258.71	\$7.84	\$525.20
11	\$266.55	\$261.29	\$5.25	\$263.91
12	\$266.55	\$263.91	\$2.64	\$0.00

Totales	\$3,000.00	\$198.56
---------	------------	----------

Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2022	2023	2024	2025	2026
Capital	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
Intereses	\$198.56	\$198.56	\$198.56	\$198.56	\$198.56
Total, Amortización Anual	\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56
Total, de Amortización Acumulada	\$3,198.56	\$6,397.12	\$9,595.68	\$12,794.24	\$15,992.80

Autor: Darwin Tomalá (2022)

Durante el primer año de desarrollo de sus actividades la empresa FLASH DELIVERY deberá incurrir en diferentes costos y gastos para poder prestar el servicio de delivery en la Provincia de Santa Elena, los costos del servicio ascienden a \$68,016.49 mientras que el total de los gastos operacionales son \$26,927.28 y un gasto financiero de \$3,360.00 correspondiente a un crédito bancario. Se solicitará crédito bancario durante 5 años de operación para realizar diferentes mejoras que requiere la prestación del servicio.

Para el pago del crédito bancario se ha optado por el sistema de amortización francés que permite pagar cada mes la misma cuota o mensualidad, en este sistema el monto de interés mensual va de mayor a menor valor, mientras que el capital va de menor a mayor valor, este sistema es el más empleado para el pago de créditos bancarios y es el que mejor se acomoda a la empresa.

### **11.3. Estado de Pérdidas y Ganancias**

Mediante este estado financiero se puede conocer de manera detallada la situación de la empresa, lo que nos permitirá saber si se obtendrá ganancias o pérdidas en el ejercicio de un ciclo contable. El siguiente Estado de Pérdida y Ganancias está proyectado a 5 años con un crecimiento del 5% en la venta del servicio a partir del segundo año y un incremento del 4% en sus costos y gastos a partir del segundo año de operación.

## FLASH DELIVERY

### Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado a 5 años

Proyección de Ingresos y Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos por Servicios Prestados	\$108,390.00	\$113,809.50	\$119,499.98	\$125,474.97	\$131,748.72
(-) Costos del Servicio	\$68,016.49	\$70,737.15	\$73,566.64	\$76,509.30	\$79,569.67
Utilidad Bruta	\$40,373.51	\$43,072.35	\$45,933.34	\$48,965.67	\$52,179.05
(-) Gastos Operacionales	\$26,927.28	\$28,004.37	\$29,124.55	\$30,289.53	\$31,501.11
Utilidad Operacional	\$13,446.23	\$15,067.98	\$16,808.79	\$18,676.14	\$20,677.94
(-) gastos Financieros	\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56
Utilidad antes de los Impuestos	\$10,247.67	\$11,869.42	\$13,610.23	\$15,477.58	\$17,479.38
(-) Impuesto a la Renta 25%	\$2,561.92	\$2,967.35	\$3,402.56	\$3,869.40	\$4,369.85
Utilidad después de Impuestos	\$7,685.75	\$8,902.06	\$10,207.68	\$11,608.19	\$13,109.54
(-) Participación de Utilidades 15%	\$1,152.86	\$1,335.31	\$1,531.15	\$1,741.23	\$1,966.43
Utilidad Neta	\$6,532.89	\$7,566.75	\$8,676.52	\$9,866.96	\$11,143.10

#### 11.4. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio o también denominado umbral de rentabilidad, es aquel que nos permitirá conocer las ventas mínimas que debe tener una empresa para poder cubrir sus costos y gastos sin tener rentabilidad, es decir, no se obtendrá beneficios ni pérdidas. Para su cálculo se utilizará la siguiente fórmula:

$$Pe = CF \text{ total} / PVu - CVu$$

**Tabla 14:**

*Cálculo del Punto de Equilibrio*

<b>Tiempo de Inversión</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Unidades Vendidas	3580	42960
Precio Promedió de Venta Unitario	\$2.79	\$2.79
Ventas	\$9972.86	\$119,674.29
Costo Fijo Total	\$4873.09	\$58,477.12
Costos Variables Total	\$3318.05	\$39,816.65
Costo Variable Unitario	\$0.93	\$0.93
Punto Equilibrio (Unidades Requeridas)	1748.39	20,990.86
Punto Equilibrio (Ingresos)	\$4870.51	\$58,474.54

Autor: Darwin Tomalá (2022)

El punto de equilibrio de FLASH DELIVERY en unidades requeridas mensuales del servicio es de 1748.39, las cuales serán atendidas mensualmente y en relación a estas cantidades se obtendrán ingresos por \$4870.51, si se obtiene una disminución de unidades se generaría una pérdida, de igual manera las unidades requeridas anualmente para que no existan pérdidas son 20990.86 las que generarán ingresos por \$58474.54 de ser menos unidades se obtendrá como resultado pérdidas en la empresa.

### 11.5. Cálculo de VAN y TIR

Tabla 15:

Cálculo de VAN y TIR

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
<b>Total, de ingresos</b>	0	\$108,390.00	\$113,809.50	\$119,499.98	\$125,474.97	\$131,748.72
<b>EGRESOS</b>						
<b>Costos</b>		\$68,016.49	\$70,737.15	\$73,566.64	\$76,509.30	\$79,569.67
<b>Gastos</b>		\$26,927.28	\$28,004.37	\$29,124.55	\$30,289.53	\$31,501.11
<b>Inversión</b>	\$24,365.00					
<b>Financiamiento</b>		\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56
<b>Total, de egresos</b>	\$24,365.00	\$98,142.33	\$101,940.08	\$105,889.74	\$109,997.39	\$114,269.34
<b>SALDO DE FLUJO</b>	-\$24,365.00	\$10,247.67	\$11,869.42	\$13,610.23	\$15,477.58	\$17,479.38
<b>Tasa de descuento</b>		10%				
<b>VAN</b>		\$26,410.79				
<b>TIR</b>		43%				

Autor: Darwin Tomalá (2022)

A través del cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se ha llegado a determinar la viabilidad de la empresa FLASH DELIVERY, debido a que, tras proyectar los flujos de los futuros ingresos, además de los costos y gastos y proceder a descontar la inversión inicial se demuestra que se obtiene ganancias, es decir, que la empresa es rentable. También se ha podido determinar que la Tasa Interna de Retorno, que es el porcentaje de beneficio o pérdida que conlleva cualquier inversión en este caso es del 43%.

### 11.6. Análisis de Sensibilidad

#### Escenario Optimista

Para este cálculo se ha considerado fijado una tasa de descuento del 12%, un aumento del 10% en las ventas a partir del segundo año, al mismo tiempo se ha

considerado un aumento del 8% en todos los egresos a partir del segundo año en adelante.

**Tabla 16:**

*Análisis de Sensibilidad, Escenario Optimista*

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
<b>Total, de ingresos</b>	0	\$108,390.00	\$119,229.00	\$131,151.90	\$144,267.09	\$158,693.80
<b>EGRESOS</b>						
<b>Costos</b>		\$68,016.49	\$73,457.81	\$79,334.43	\$85,681.19	\$92,535.68
<b>Gastos</b>		\$26,927.28	\$29,081.46	\$31,407.98	\$33,920.62	\$36,634.27
<b>Inversión</b>	\$24,365.00					
<b>Financiamiento</b>		\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56	\$3,198.56
<b>Total, de egresos</b>	\$24,365.00	\$98,142.33	\$105,737.83	\$113,940.97	\$122,800.37	\$132,368.51
<b>SALDO DE FLUJO</b>	\$24,365.00	\$10,247.67	\$13,491.17	\$17,210.93	\$21,466.72	\$26,325.29
<b>Tasa de descuento</b>	12%					
<b>VAN</b>	\$36,370.35					
<b>TIR</b>	53%					

Autor: Darwin Tomalá (2022)

Después de realizar una proyección para 5 años de operaciones de la empresa FLASH DELIVERY en un escenario optimista donde sus ingresos se incrementan en un 10% y sus costos y gastos también se incrementan en 8% se puede notar que el VAN es positivo, la rentabilidad del negocio va en crecimiento cada año, lo cual es beneficioso ya que dispondrá de recursos para poder expandirse a otros mercados o hacer mejoras en infraestructura y tecnologías que ayuden a optimizar recursos.



## 12. LABORATORIO DE EMPRENDIMIENTO

### 12.1. Conclusiones

Se concluye que el perfil del cliente de FLASH DELIVERY está en un rango de edad de los 16 a 65 años y puede ser toda aquella persona que necesite de este servicio, puesto que las tarifas son accesibles, la gran mayoría de comercios y negocios no cuentan con el servicio de entrega a domicilio, a lo que va a ser aprovechado por la empresa al ofertar este servicio, lo que se busca es satisfacer esta necesidad creciente que está surgiendo entre las personas que no cuentan con el tiempo suficiente para realizar sus compras o trámites de manera presencial y se apoyan en las herramientas tecnológicas para adquirir sus productos.

El desarrollo de la tecnología beneficia a las empresas como FLASH DELIVERY ya que se puede aprovechar todas las herramientas tecnológicas que están disponible en la actualidad para prestar un servicio óptimo y de calidad, es por estos motivos que la empresa debe tener presencia en las principales redes sociales y su página web donde los clientes puedan solicitar el servicio y obtener mayor información de los negocios afiliados de los cuales pueden adquirir los productos.

Se ha mejorado la propuesta de valor inicial para prestar un servicio óptimo y que esta sea atractiva para que las personas prefieran a la empresa por encima de los demás que ofertan el mismo servicio, la nueva propuesta de valor es: “Realizar la entrega a domicilio de compras realizadas a través de canales digitales y llamadas telefónicas, en un horario extendido, con tarifas accesibles para el cliente y en el tiempo ofrecido”.

El servicio de delivery no solo debe de hacerse con scooters eléctricos ya que los limita la duración de las baterías que estos usan, por lo que se ha optado por aceptar repartidores afiliados que tengan motocicletas o scooters eléctricos los mismos que recibirán comisiones por las entregas realizadas, para de esta manera poder cumplir con las entregas en el tiempo que se oferta que será de 45 minutos.

La propuesta de este modelo de negocio es viable ya que como se indica en el plan financiero esta tendrá ganancias desde su primer año de operaciones, se tiene responsabilidad ambiental al usar vehículos eléctricos que ayudan a minimizar la contaminación ambiental y acústica, para prestar un servicio óptimo no se puede prescindir de los vehículos de combustión interna los mismos que serán usados en menor cantidad, además existe un gran sentido de responsabilidad social con la comunidad debido a que se generarán fuentes de trabajo en especial para los más jóvenes que no cuentan con experiencia laboral y se les dificulta conseguir empleo.

## BIBLIOGRAFÍA

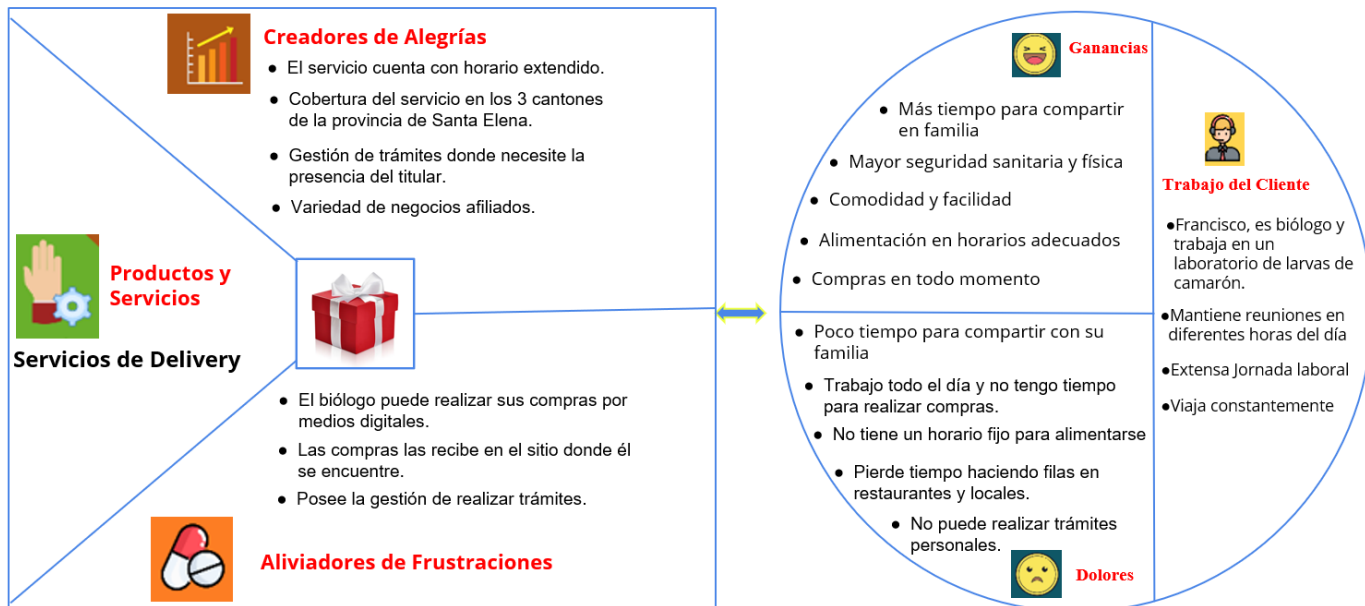
- Apaza, M. (2017). *CONTABILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS*. Lima: INSTITUTO PACIFICO S.A.C.
- Arnoletto, E. (2010). *Administración de la Producción como ventaja competitiva*. Barcelona: Casa del Libro.
- Científica, C. S. (S/N de S/N de S/N). *Consejo Superior de Investigación Científica*. Obtenido de <https://www.csic.es/es/el-csic/etica/etica-en-la-investigacion>
- Correo, D. e. (9 de Noviembre de 2021). *DIARIO EL CORREO*. Obtenido de DIARIO EL CORREO: <https://diariocorreo.com.ec/63216/portada/inflacion-de-octubre-de-2021-llego-a-021--segun-reporte-del-inec>
- Ecuador, B. C. (31 de Marzo de 2021). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>
- González De las Cuevas, L. (2013). *10 PASOS PARA AUMENTAR SU RENTABILIDAD*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Martí, J., & Thierry, C. (2014). *Como hacer un Plan de Empresa*. Barcelona: Profit Editorial.
- Ormeño, J., Carvajal, L., & Sanz, L. (2022). *Atención al Cliente*. Madrid: EDITEX.
- Porter, M. (1985). *IMF*. Obtenido de [https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/michael-porter-cinco-fuerzas/#8220Estrategia\\_Competitiva\\_Tecnicas\\_para\\_el\\_analisis\\_de\\_los\\_sectores\\_industriales\\_y\\_de\\_la\\_competencia8221](https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/michael-porter-cinco-fuerzas/#8220Estrategia_Competitiva_Tecnicas_para_el_analisis_de_los_sectores_industriales_y_de_la_competencia8221)

ANEXOS

Lienzo de la propuesta de valor

Propuesta de valor

Segmento de cliente



# MODELO DE NEGOCIO: FLASH DELIVERY



## SOCIOS CLAVE

- Farmacias
- Ferreterías
- Tiendas
- Supermercados
- Restaurantes
- Entidades Financieras
- Socio Repartidor
- Centros Médicos

## PROPUESTA DE VALOR

- Realizar la entrega a domicilio de compras realizadas a través de canales digitales y llamadas telefónicas, en un horario extendido, con tarifas accesibles para el cliente y en el tiempo ofrecido.
- Gestión de tramites en las que no se necesite la presencia del titular, para ahorrarle tiempo y mayor comodidad del cliente.

## SEGMENTOS DE CLIENTES

- Amas de casas
- Empresas publicas y privadas
- Empleados públicos y privados
- Personas de entre los 16 a 50 años.

## RECURSOS CLAVE

- Scooter Eléctricos
- Motocicletas
- Energía Eléctrica
- Pagina web
- Google maps
- Internet
- Colaboradores
- Préstamo bancario
- Oficina
- Base de datos de clientes

## ACTIVIDADES CLAVE

- Creación de pagina web.
- Manejo de Redes Sociales
- Planificación de rutas de distribución.
- Capacitación del personal en atención al cliente.
- Desarrollar aplicación movil
- Contratar un community manager



## CANALES

- Internet
- Redes Sociales
- Llamadas telefónicas
- Publicidad en redes sociales.
- WhatsApp

## RELACIÓN CON EL CLIENTE

- Asistencia personalizada
- Responsables con el medio ambiente
- Tarifas accesibles
- Evaluación de experiencia del servicio
- Pagina web actualizada constantemente
- Protocolo de bioseguridad
- pagos a través de medios digitales

## ESTRUCTURA DE COSTOS

- Préstamo Bancario
- Sueldo del personal
- Servicios Básicos
- Alquiler de oficina
- Internet
- Aportación al IESS
- Permisos de funcionamiento
- Publicidad
- Comisiones por pago con tarjetas
- Comisiones por pago a través de medios digitales

## FUENTES DE INGRESOS

- Servicio de delivery al cantón Santa Elena
- Servicio de delivery al cantón La Libertad
- Servicio de delivery del cantón Salinas
- Gestión de tramites

