



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS:

ALL SERVICES

Autor:

Pablo Arturo Ganchozo Risco

Director:

Irwin José Franco

Guayaquil – Ecuador

Año 2018

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios, All Services propone la creación de una empresa de intermediación de servicios personales de electricidad, albañilería, gasfitería, servicios domésticos y otros, a través del uso de diversas plataformas tecnológicas, tales como un sitio web o app. El cliente se registra en la plataforma tecnológica y procede a escoger el servicio que necesita y agendar la fecha y hora en la que lo desea recibir. Se facilita la vida del cliente y se incrementan las ventas de los prestadores de servicio.

Como resultado del proyecto se formaliza la prestación de este tipo de servicios que generalmente se negocian de manera informal, se brinda a los clientes la posibilidad de elegir entre diversos prestadores de servicios y realizar una evaluación del servicio prestado, se multiplican las opciones de negocios para los prestadores de servicios, lo cual mejora su economía y calidad de vida. Permite a pequeños negocios la posibilidad de publicitarse en diversas plataformas tecnológicas a costos razonables.

Manta es la ciudad elegida para la ejecución del proyecto, a marzo del 2018 contratar este tipo de servicios requiere un recorrido de búsqueda por la ciudad, o consultas a los amigos y conocidos. El desarrollo de la ciudad ha generado una mejora en el nivel económico y ha dado mayor acceso al internet, a las plataformas tecnológicas y consecuentemente a las compras por internet, que en el país superan los \$ 540 millones según estimaciones del INEC.

Las claves para el éxito del proyecto serán eficiencia y calidad del servicio, la creación de valor para empleados y accionista, y convertirse en una plataforma tecnológica recordada por nuestros clientes. Se buscará mantener un proceso de retroalimentación permanente con nuestros prestadores de servicios y garantizar a nuestros clientes “el servicio que buscabas ... a un clic de distancia”

Del análisis de la competencia se estableció que nuestro principal competidor es Gea Ecuador, que bajo la modalidad de seguro ofrece servicios similares, con límite de uso anual y de costos por servicios básicos y con valor de pago adicional por servicios con mayor especialización. Nuestra principal ventaja competitiva radica en que el cliente solo paga cuándo y por el servicio que recibe.

Los ingresos del proyecto provienen de la comisión que se genera por el proceso de intermediación de los servicios personales y domésticos, por la venta de materiales que se requieran para dichos servicios y por la venta de publicidad para pequeños negocios. El punto de equilibrio se alcanzará en el cuarto año del proyecto y al alcanzar un promedio de 189 clientes por mes, al quinto año de operación se estima una utilidad neta de \$ 32.379.

El proyecto requiere una inversión inicial de \$ 65.000 para compra de bienes, desarrollo de la plataforma tecnológica y financiamiento para los dos primeros años de operaciones. Se estima obtener un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 11.601 considerando una tasa de descuento del 8,55%, y un lento desarrollo de nuestro mercado. La tasa de retorno de la inversión (TIR) se estima en 13%. La recuperación de la inversión se producirá en el quinto año.

All Services realizará una evaluación permanente de los requerimientos de los clientes para: la mejora continua de los servicios que ofrece, incrementar la gama de servicios disponibles, identificar las mejoras a las plataformas tecnológicas buscando que sean amigables con los usuarios; y que el servicio en su conjunto sea una experiencia positiva para clientes y prestadores de servicios.

## Contenido

Capítulo 1 Presentación de la Empresa y su Producto.....	10
1.1. La Empresa.....	10
1.2. Misión.....	10
1.3. Visión.....	11
1.4. Valores corporativos.....	11
1.5. Producto.....	11
Capítulo 2 Análisis del Mercado.....	18
2.1. Análisis del sector y la compañía.....	18
2.2. Análisis del mercado.....	19
2.2.1. General.....	19
Capítulo 3 Análisis FODA.....	31
3.1. Matriz FODA.....	31
3.2. Oferta de producto.....	33
3.3. Claves para el éxito.....	34
3.4. Asuntos críticos.....	35
Capítulo 4 Plan de Marketing.....	37
4.1. Objetivo del marketing.....	37
4.2. Mercado Objetivo.....	37
4.3. Posicionamiento.....	38
4.4. Estrategia y programa de marketing.....	39
4.4.1. Estrategia de precios.....	39
4.4.2. Estrategia de Venta.....	39
4.4.3. Estrategia Promocional.....	40
4.4.4. Política de Servicios.....	40
4.4.5. Tácticas de Ventas.....	41

4.4.6. Planes de contingencia.....	42
Capítulo 5 Análisis Técnico .....	43
5.1. Análisis del producto.....	43
5.1.1. Especificación del producto .....	43
5.2. Bases tecnológicas.....	44
5.2.1. Estructura del sitio.....	44
5.2.2. Herramientas a utilizar.....	46
5.3. Facilidades .....	52
Capítulo 6 Análisis Administrativo .....	54
6.1. Grupo Empresarial .....	54
6.2. Personal Ejecutivo.....	54
6.3. Organización.....	55
6.4. Empleados.....	56
6.5. Organizaciones de Apoyo.....	57
Capítulo 7 Análisis Legal y Social .....	58
7.1. Aspectos Legales.....	58
7.2. Aspectos de Legislación Urbana.....	60
Capítulo 8 Análisis Económico .....	61
8.1. Activos fijos.....	61
8.2. Inversión en Capital de trabajo .....	62
8.3. Presupuesto de Ingresos .....	62
8.3.1. Número de Clientes .....	62
8.3.2. Estimación de precio .....	63
8.3.3. Composición del precio .....	63
8.3.4. Precios de otros ingresos.....	65
8.3.5. Presupuesto de Ingresos.....	66
8.3.6. Presupuesto de Costos de Insumos y Servicios.....	67

8.3.7. Presupuesto de Mano de obra .....	67
8.3.8. Presupuesto de otros gastos.....	68
8.3.9. Presupuesto de deducciones tributarias .....	68
Capítulo 9 Análisis Financiero .....	69
9.1. Flujo de caja.....	69
9.2. Estado de resultados .....	70
Capítulo 10 Análisis de Riesgo e Intangibles.....	71
10.1. Riesgos de mercado.....	71
10.2. Riesgos técnicos .....	71
10.3. Riesgos económicos .....	72
10.4. Riesgos financieros.....	72
Capítulo 11 Evaluación Integral del Proyecto.....	74
11.1. Valor Actual Neto .....	74
11.2. Tasa Interna de retorno .....	74
Capítulo 12 Cronograma de Implementación .....	75
Capítulo 13 Conclusiones y Recomendaciones.....	76
13.1. Conclusiones .....	76
13.2. Recomendaciones.....	77
Capítulo 14 Referencias Bibliográficas .....	78
Capítulo 15 Anexos .....	79
15.1. Estudio de Mercado.....	80
15.1.1. Modelo de Encuesta.....	80
15.1.2. Resultados de encuestas.....	80
15.1.3. Modelo de preguntas de entrevista para los prestadores de Servicios.....	87
15.1.4. Resultados de las entrevistas .....	87
15.1.5. Conclusiones .....	89
15.2. Registro y evaluación de prestadores de servicio .....	90

15.2.1. Registro .....	90
15.2.2. Evaluación.....	90
15.3. Flujo de clientes .....	92
15.3.1. Año 1.....	92
15.3.2. Año 2.....	93
15.3.3. Año 3.....	94
15.3.4. Año 4.....	95
15.3.5. Año 5.....	96
15.4. Diseño de pantallas del sitio web .....	97
15.4.1. Página principal.....	97
15.4.2. Login para clientes y profesionales .....	98
15.4.3. Registro del cliente .....	99
15.4.4. Registro del profesional .....	103
15.4.5. Como funciona .....	106

### Listado de Tablas

Tabla 1. Lista de servicios.....	13
Tabla 2. Proyección de crecimiento.....	22
Tabla 3. Matriz FODA.....	31
Tabla 4. Mercado Objetivo.....	37
Tabla 5. Diferencias Servidores.....	49
Tabla 6. Tiempo para desarrollo del sitio.....	50
Tabla 7. Sueldos y otros beneficios a empleados.....	57
Tabla 8. Activos fijos y otros gastos iniciales.....	61
Tabla 9. Capital de trabajo.....	62
Tabla 10. Determinación clientes.....	62
Tabla 11. Estimación de precios.....	63
Tabla 12. Composición de precios.....	64
Tabla 13. Precios publicidad.....	65
Tabla 14. Precios Materiales.....	65
Tabla 15. Presupuesto de Ingresos.....	66
Tabla 16. Presupuesto de insumos y servicios.....	67
Tabla 17. Presupuesto de mano de obra.....	67
Tabla 18. Presupuesto de otros gastos.....	68
Tabla 19. Presupuesto de deducciones tributarias.....	68
Tabla 20. Flujo de caja.....	69
Tabla 21. Estado de resultados.....	70
Tabla 22. Flujos de caja netos.....	74
Tabla 23. Cronograma.....	75



### Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Flujo del proceso Intermediación del Servicio.....	14
Ilustración 2. Flujo del proceso registro prestadores de Servicios .....	16
Ilustración 3. Distribución de compras virtuales.....	18
Ilustración 4. Distribución de PEA .....	20
Ilustración 5. Factores claves de éxito .....	35
Ilustración 6. Estructura del sitio .....	45
Ilustración 7. Organigrama Institucional.....	55

## **Capítulo 1**

### **Presentación de la Empresa y su Producto**

#### **1.1. La Empresa**

All Services S.A. será una empresa de intermediación de servicios, propietaria de varias plataformas tecnológicas, tales como sitio web o app, que servirá para vincular a proveedores de servicios personales y domésticos con los potenciales clientes, facilitará la promoción de productos y servicios complementarios a los ofrecidos por los proveedores.

La empresa facilitará la vida de los clientes poniendo a su disposición una gama de servicios que pueden contratar con facilidad y a precios razonables. Ayudará a los proveedores de servicios, electricistas, gasfiteros, mecánicos y otros a incrementar sus ingresos dándoles la oportunidad de llegar a más clientes.

Los ingresos se generarán por tres conceptos: la comisión por la intermediación de los servicios que se prestan, la venta de publicidad que se presentará en las plataformas tecnológicas y el margen que se genere por la venta de materiales que se requieran utilizar en los servicios que se brinden.

Se constituirá según las Leyes Ecuatorianas, su domicilio estará ubicado en la ciudad de Manta, ciudad en la cual se iniciarán sus operaciones.

#### **1.2. Misión**

Facilitar la vida de las personas poniendo a su alcance la variedad de servicios personales y domésticos que se ofrecen en su ciudad, buscando estándares de calidad y brindado a personas y negocios la oportunidad de promocionarse en diversas plataformas tecnológicas.

### 1.3. Visión

Convertirnos en la empresa de intermediación de servicios personales de gasfitería, electricidad, albañilería y domésticos más utilizada en el país, referente en calidad y servicio, y en la generación de beneficios para sus empleados y accionistas.

### 1.4. Valores corporativos

Los valores corporativos son las normas de conducta que rigen el accionar de una empresa en todos los ámbitos y que son de obligatorio cumplimiento para todos los miembros de la organización. Los valores que regularán nuestro accionar son:

- **Transparencia:** La empresa mantendrá disponible para sus stakeholders la información relativa a su operación comercial y financiera, sus actividades en favor de la comunidad y sus políticas para el manejo de las relaciones laborales.
- **Orientación al cliente:** All Service orientará sus esfuerzos en la satisfacción del cliente, en la búsqueda de alternativas que permitan mejorar los servicios que ofrecemos y que permitan alcanzar sus expectativas.
- **Integridad:** Todas las acciones de la empresa y de sus colaboradores se manejarán de forma honesta y justa, apegada estrictamente a nuestro código de ética.
- **Trabajo en equipo:** En All Services todos los miembros del equipo trabajamos por un fin común, con cohesión, respeto y comunicación constante en todos los niveles de la organización.
- **Responsabilidad Social:** All Service mantiene un compromiso con el mejoramiento del entorno, y tomará las acciones necesarias para minimizar el impacto de sus operaciones en el medio ambiente.

### 1.5. Producto

All Services administrará una base de datos con la información de los servicios personales que se prestan en la ciudad, esta base de datos se alimentará con información levantada por la compañía y por prestadores de servicios que muestren su intención de

trabajar con All Services a través de una de las plataformas tecnológicas utilizadas. En ambos casos la empresa realizará una visita al prestador del servicio con el fin de conocerle y aplicar un proceso de calificación.

La información levantada se presentará a los usuarios organizada por tipo de servicio, de tal forma que les permita cotizar, revisar información, comparar, elegir, y posteriormente contratar el servicio dependiendo de sus necesidades, una vez que el servicio haya sido prestado, el cliente puede ingresar su evaluación del servicio y de quien lo prestó, lo cual se constituirá en un factor importante para la permanencia y orden de presentación de los prestadores de servicios en la página.

Generalmente este tipo de servicios se pagan en efectivo, pero All Services facilitará los pagos con tarjeta de crédito o débito, transferencia bancaria o depósito y uso de dinero electrónico, brindando a los clientes la obtención del servicio de manera oportuna.

En la plataforma tecnológica se mostrará al usuario negocios de bienes o servicios complementarios al servicio que está buscando, este se constituye en otra de las fuentes de ingresos del negocio, al cobrar a pequeños negocios por la oportunidad de promocionarse en varias plataformas tecnológicas y con cierto nivel de especialización.

All Services también brindará a los clientes la posibilidad de proveer junto con el servicio los materiales necesarios para su prestación, se buscarán alianzas con proveedores de estos materiales para obtener mejores costos que beneficien a las partes involucradas.

Al inicio de las operaciones se ofrecerán los servicios que se mencionaron con más frecuencia en las encuestas realizadas, esto servicios son: limpieza, eléctricos, gasfitería y albañilería. El detalle se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 1. Lista de servicios

Lista de Servicios
<b>Servicio Eléctrico</b>
Mantenimiento general total
Revisión, cambio fusibles, cambiar interruptor
Instalación por punto - 110
Instalación por punto - 220
Caja de Breaker
Acometida principal - metro lineal
Tejido de manguera en loza
Revisión de fases - depende del daño \$ 30 - \$60
<b>Servicio domestico</b>
Limpieza de domicilios
<b>Gasfiteria</b>
Cambiar llaves o accesorios (básico)
Instalación - por metro
Cambio inodoros / lavamanos
Instalación - por metro
<b>Albañileria</b>
Obra civil - por metro
Servicio Baldosas - por metro
Pintura - por metro
Enlucido - por metro

Una vez que el negocio se estabilice, y dependiendo de las solicitudes de los clientes la oferta de servicios se incrementará y diversificará. Se considerará que el negocio se ha estabilizado cuando el margen antes de impuestos y participación de trabajadores supere el 5% del valor de las ventas netas.

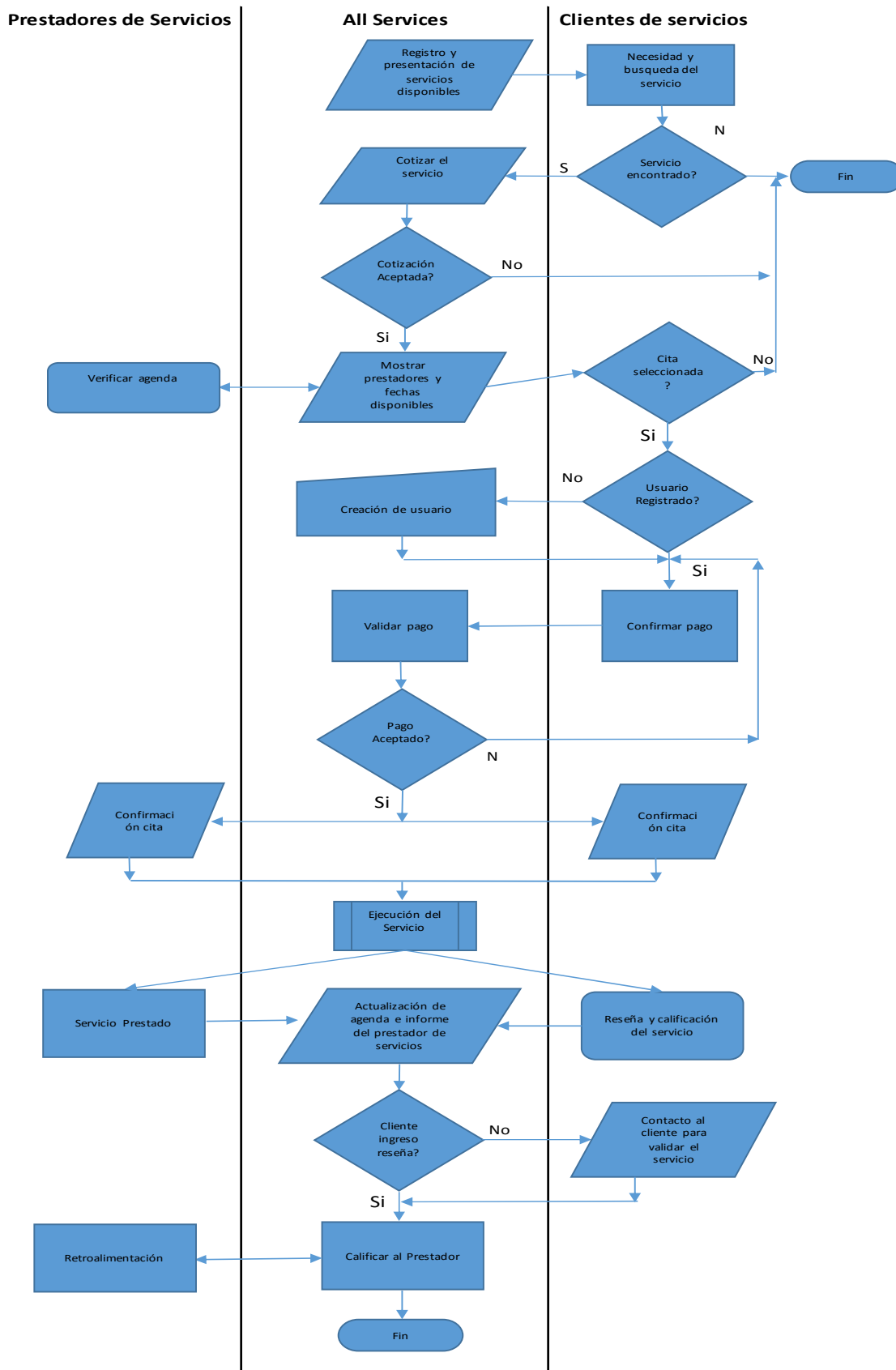


Ilustración 1. Flujo del proceso Intermediación del Servicio

### **Descripción del proceso**

1. All Services ingresará los servicios disponibles y prestadores calificados y los presentará en su plataforma tecnológica.
2. El cliente accederá a la plataforma y buscará el servicio requerido.
3. Si el servicio requerido no está disponible, el proceso finaliza, caso contrario continúa al siguiente paso.
4. Se inicia el proceso de cotización del servicio, donde se presentan algunos servicios preestablecidos.
5. Si la cotización no es aceptada, el proceso finaliza, caso contrario continúa al siguiente paso.
6. El sistema verifica la agenda de los prestadores de servicio, para presentar disponibilidad.
7. Se muestran los prestadores de servicios y la disponibilidad.
8. Si el cliente no selecciona la cita, el proceso finaliza, caso contrario el proceso continúa.
9. El sistema verifica si el cliente está registrado solicitando sus datos de usuario y contraseña, si el cliente no está registrado pasa al paso 10, caso contrario al paso 11.
10. El cliente debe crear su usuario y contraseña, y luego de grabar sus datos debe ingresar su usuario y contraseña para continuar.
11. El sistema solicita a cliente que confirme el medio de pago registrado al crear al usuario o que seleccione un nuevo medio de pago y que ingrese los datos correspondientes.
12. El sistema validará los datos del pago.
13. Si el pago no es aceptado, el sistema retornará al cliente al paso 11, caso contrario continúa al siguiente paso.
14. El sistema confirma la cita para el cliente y el prestador de servicios, actualiza las agendas.
15. El prestador realiza la visita al cliente y ejecuta el servicio contratado.
16. El prestador de servicio confirma que el servicio se ejecutó y envía el informe correspondiente.
17. El cliente puede ingresar una reseña del servicio y calificarlo.
18. El sistema verifica si el cliente ingreso la reseña y califico el servicio, si el cliente no ingreso la reseña el proceso continúa en el paso 19, caso contrario va al paso 20.

19. La empresa contacta al cliente y solicita la retroalimentación sobre el servicio prestado y la actuación del prestador de servicio.
20. La empresa evalúa al prestador de servicios y de ser necesario realiza una retroalimentación sobre el servicio prestado.
21. Finaliza el proceso.

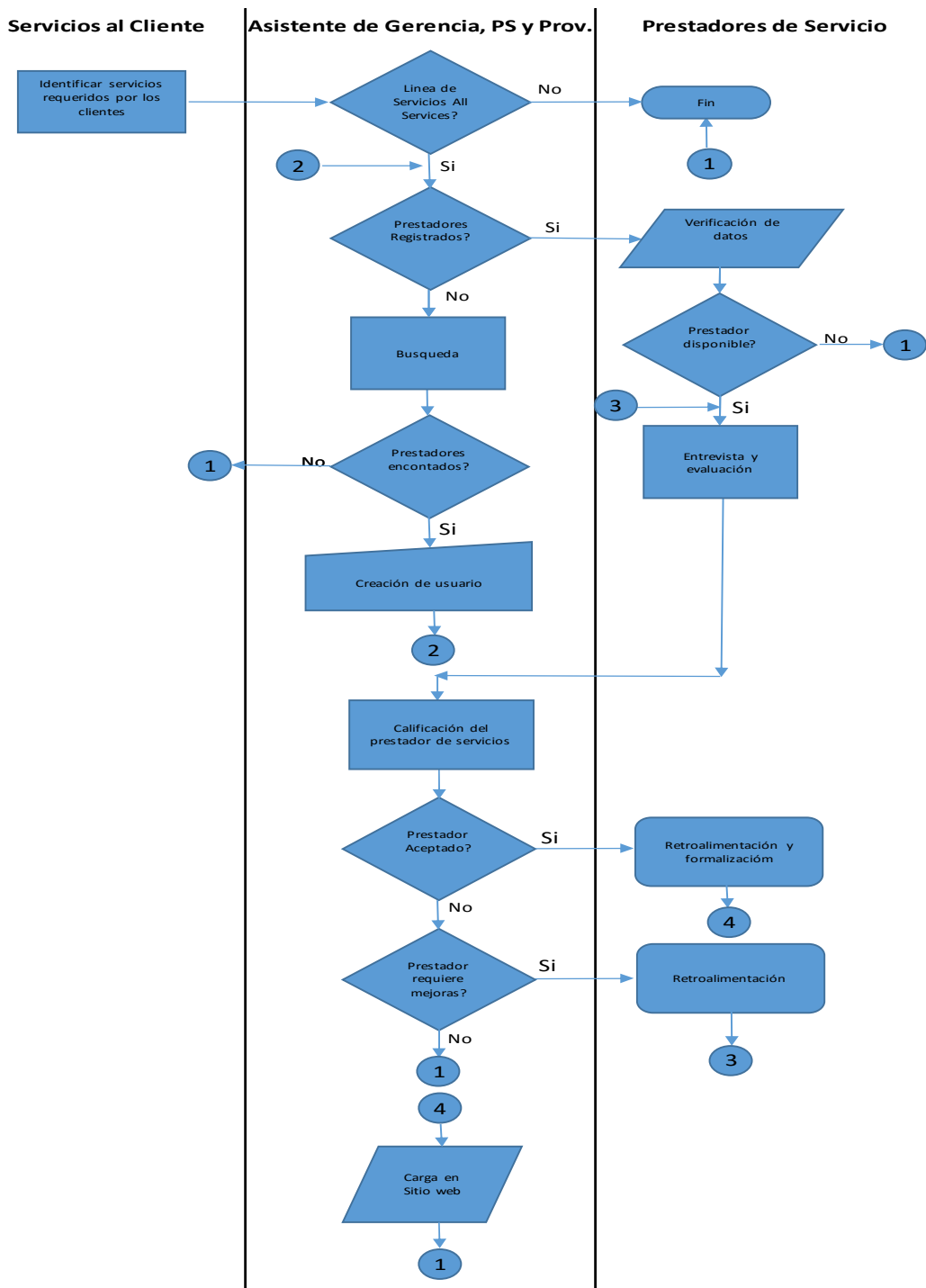


Ilustración 2. Flujo del proceso registro prestadores de Servicios



### **Descripción del proceso**

1. All Services evalúa los diferentes servicios requeridos por los clientes, los que ellos indican a los prestadores de servicios o dejan en sus comentarios en la plataforma o en alguna de las redes sociales.
2. Se evalúa si los servicios solicitados corresponden a la línea de negocios de All Services, de no ser el caso el proceso finaliza; caso contrario el proceso continúa en el paso 3.
3. Si el servicio corresponde a la línea de All Services, se evalúa si se tienen prestadores de servicios registrados, de tener una respuesta positiva el proceso continúa en el paso 8, caso contrario continúa en el paso 4.
4. La empresa inicia la búsqueda de prestadores de servicios en la ciudad.
5. Si no se encuentran prestadores de servicios el proceso finaliza, caso contrario continúa en el paso 6.
6. Al encontrar prestadores de servicios, se procede a la creación del usuario y contraseña.
7. El proceso retorna al paso 3.
8. Se verifican los datos de los prestadores de servicios registrados.
9. Si el prestador de servicios no está disponible para trabajar con All Services el proceso finaliza, caso contrario continúa en el paso 10.
10. Se realiza una visita al prestador de servicios para la entrevista formal y una evaluación de los trabajos realizados y de sus implementos de trabajo.
11. Se realiza el proceso de calificación del prestador de servicios.
12. Si el prestador de servicios es aceptado, se procede a la retroalimentación y formalización del acuerdo de servicio, caso contrario se procede al paso 14.
13. Se cargan los datos del prestador de servicio en la plataforma tecnológica y se publican al público. Se continúa en el paso 15.
14. Si el prestador de servicios no es aceptado se evalúa si se puede aplicar un proceso de capacitación y mejora, si esto es posible se realiza una retroalimentación y se retorna al paso 10, caso contrario se procede al paso 15.
15. El proceso finaliza.

## Capítulo 2

### Análisis del Mercado

#### 2.1. Análisis del sector y la compañía

Desde la década de los 80 con la aparición de las tecnologías que se reconocen como la base del internet, la forma de comunicación mundial ha cambiado, la globalización ha generado cambios en la forma de hacer negocios y en los hábitos de las personas. El alto nivel de competitividad y la necesidad de hacer negocios rápidamente ha impulsado el crecimiento del comercio electrónico, modificando la forma en que se compran y venden productos y servicios. (Ecommerce, 2015)

Según información publicada por la Revista Lideres, el Instituto Latinoamericano de comercio exterior estima que en Ecuador se mueven alrededor de USD 200 millones en ventas en línea, el INEC estima el volumen de ventas en USD 540 millones anuales. (Lideres, 2015)

El 51% de las compras virtuales en el Ecuador se concentran en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, los productos que más se negocian bajo esta modalidad son las prendas de vestir y el calzado, que concentran el 33% del total. Aun cuando esta modalidad de comercio se encuentra en crecimiento, solo 0,34% de la población ha comprado en línea. (Durán, 2015)

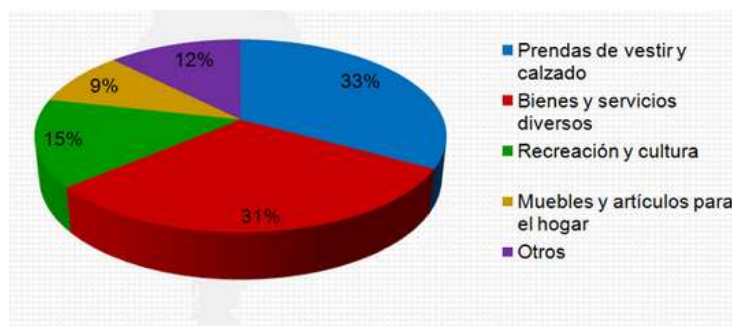


Ilustración 3. Distribución de compras virtuales

En Manta y en general en el mercado ecuatoriano no existe otro sitio web con similares características a las que ofrece All Services, existen páginas como OLX,

Mercado Libre, Evisos, DeCachuelo, entre otras que permiten publicar anuncios con la información de contacto del servicio buscado y en algunos casos sirven como enlaces con la página del proveedor del servicio.

OLX brinda la posibilidad de contactar al proveedor desde el sitio web a través del envío de un mensaje, y en el caso de Mercado Libre, esta además de facilitar el contacto con el proveedor permite registrar una opinión calificando la calidad del servicio.

DeCachuelo.com, este sitio permite crear un anuncio, poner una imagen, e ingresar los datos generales del servicio, de quien lo provee y posteriormente permite el ingreso de una reseña sobre el servicio prestado, permite los pagos con efectivo. Esta página promociona no cobrar comisiones, ni ningún tipo de valor por acercar proveedores y clientes.

Uno de los principales problemas de estas páginas es que la información no es cargada de forma adecuada y por lo tanto dificulta la búsqueda de los servicios de forma ordenada.

Entre las principales motivaciones para comprar en línea tenemos:

- Ahorro de tiempo y dinero
- Beneficios para futuras compras

## **2.2. Análisis del mercado**

### **2.2.1. General**

#### **2.2.1.1. Características Demográficas**

Según los datos del Censo de Población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010 la ciudad de Manta tenía una población de 234.547 habitantes, las estimaciones del instituto establecen para el 2016 una población de 253.441 habitantes y para el 2020 se esperan 264.281 habitantes.

Se estima que la población en el rango de edad de los 25 a 64 años desde el 2010 al 2020 se ubicará en un promedio de 114.909 habitantes. La edad promedio de la población

en Manta es de 28 años, el 49,19% de la población son hombres y el 50,81% mujeres. (INEC, 2010)

### 2.2.1.2. Factores demográficos

La economía de la ciudad de Manta tiene ejes importantes y significativos claramente identificados, estos son el sector pesquero, el sector inmobiliario ampliamente desarrollado en los últimos años, y el sector turístico, el cual se ha desarrollado a nivel interno, la visita de grandes cruceros y el establecimiento de vuelos chárter que incrementan el movimiento comercial.

Según los indicadores laborales presentados por el INEC a septiembre del 2016 el ingreso promedio por persona con empleo en el Ecuador es de \$ 487,59 (INEC, ECUADOR EN CIFRAS, 2016). Para el 2012 el ingreso promedio del hogar según el nivel de instrucción establecía en \$ 797, para el nivel secundario y en \$ 1.306 para los ciudadanos con nivel de instrucción superior. (INEC, Mujeres y Hombres del Ecuador en cifras III, 2013).

En la provincia de Manabí para el año 2010 la población económicamente activa se distribuía en diversas ocupaciones que se muestran en el siguiente gráfico.

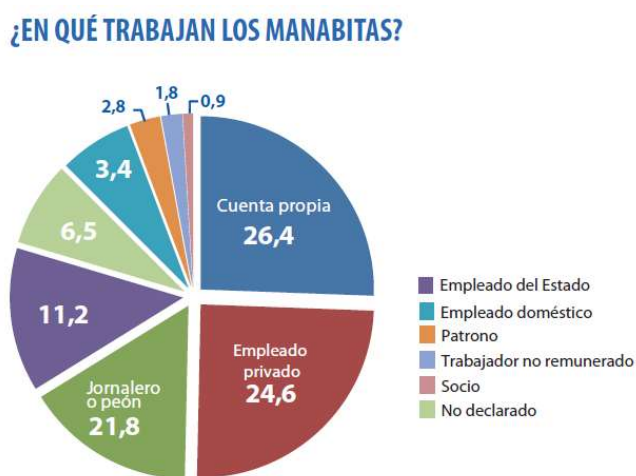


Ilustración 4. Distribución de PEA

### **2.2.1.3. Necesidades demográficas**

#### **Tendencia**

En el mundo y cada vez con más frecuencia las personas contratan diferentes tipos de servicios a través de plataformas tecnológicas, reservar y contratar un hotel, rentar un vehículo, contratar servicios financieros, asesorías y servicios de personal cualificado, es ya en algunos países un proceso cotidiano. En nuestro país esta forma de contratar servicios se incrementa rápidamente, el acceso al internet, el uso de Smartphone, y de otros dispositivos ha facilitado la adopción de esta forma de contratación.

Con el paso del tiempo las personas están entendiendo los beneficios que lleva consigo esta alternativa, tales como la posibilidad de elegir al tipo de servicio, el prestador del servicio, la fecha, la posibilidad de evaluarlo y de conocer por comentarios de otros clientes como es el desempeño del prestador del servicio, antes de contratarlo. Si a todos estos sumamos la posibilidad de dedicar el tiempo invertido en el método tradicional de búsqueda a otras actividades, aseguran que al igual que en otros países en el Ecuador y en Manta específicamente su uso se generalice rápidamente.

#### **Crecimiento de Mercado**

El mercado definido para el inicio de las operaciones del All Service es la ciudad de Manta, la cual según datos del censo de Población y vivienda del 2010 realizado por el INEC tenía una población de 234.547 habitantes, partiendo de estos resultados el INEC realizó la siguiente proyección del crecimiento poblacional de la ciudad por rango de edades hasta el 2020. (INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010)

Tabla 2. Proyección de crecimiento

GRUPOS DE EDADES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
< 1 año	5.304	5.255	5.195	5.139	5.086	5.037	4.990	4.945	4.901	4.857	4.815
1 - 4	20.325	20.268	20.165	20.012	19.825	19.620	19.411	19.215	19.028	18.849	18.675
5 - 9	24.889	24.923	24.936	24.932	24.904	24.841	24.731	24.566	24.355	24.117	23.865
10 - 14	23.976	24.282	24.528	24.704	24.814	24.875	24.900	24.903	24.890	24.850	24.773
15 - 19	22.549	22.985	23.415	23.830	24.217	24.565	24.862	25.091	25.249	25.345	25.395
20 - 24	20.736	21.022	21.344	21.704	22.096	22.506	22.921	23.327	23.717	24.077	24.392
25 - 29	19.902	20.106	20.316	20.531	20.760	21.008	21.287	21.601	21.949	22.326	22.721
30 - 34	18.280	18.503	18.715	18.916	19.109	19.299	19.490	19.684	19.883	20.095	20.327
35 - 39	16.348	16.615	16.871	17.116	17.352	17.578	17.792	17.993	18.184	18.367	18.547
40 - 44	14.335	14.655	14.965	15.262	15.546	15.815	16.072	16.318	16.552	16.778	16.993
45 - 49	11.986	12.324	12.660	12.991	13.315	13.631	13.937	14.231	14.513	14.781	15.037
50 - 54	9.850	10.165	10.484	10.805	11.128	11.453	11.776	12.096	12.412	12.721	13.022
55 - 59	7.600	7.876	8.157	8.441	8.728	9.020	9.314	9.611	9.911	10.212	10.513
60 - 64	5.867	6.103	6.347	6.598	6.853	7.112	7.374	7.639	7.907	8.179	8.454
65 - 69	4.312	4.469	4.639	4.823	5.020	5.227	5.444	5.667	5.897	6.131	6.368
70 - 74	3.035	3.111	3.197	3.295	3.404	3.527	3.663	3.810	3.969	4.137	4.316
75 - 79	2.200	2.237	2.280	2.327	2.380	2.440	2.507	2.584	2.671	2.767	2.873
80 y Más	3.052	2.977	2.938	2.922	2.924	2.941	2.971	3.011	3.062	3.123	3.194
<b>TOTAL</b>	<b>234.547</b>	<b>237.878</b>	<b>241.151</b>	<b>244.348</b>	<b>247.463</b>	<b>250.495</b>	<b>253.441</b>	<b>256.293</b>	<b>259.052</b>	<b>261.713</b>	<b>264.281</b>

Fuente: INEC

El crecimiento poblacional define el crecimiento del mercado, al año 2017 se estima que la población del cantón Manta es de 250 mil habitantes, y hasta el 2020 se espera un promedio de crecimiento anual del 1,05%.

Se espera que en los primeros años All Service se consolide en la ciudad de Manta y luego extienda su rango de operaciones a otras ciudades del país.

#### 2.2.1.4. Definición del problema gerencial y planteamiento del problema de investigación.

All Services será una compañía anónima cuyo objeto principal será la intermediación de servicios personales y domésticos, administrará el sitio web y las otras plataformas tecnológicas que se utilizarán para su cumplimiento.

El nombre escogido All Services también será la marca comercial que identificará la empresa con los clientes y proveedores; y que será fácil de recordar al describir lo que la empresa hace.

**Producto.** - Nuestra razón de ser es la intermediación de servicios personales y domésticos, facilitar el contacto entre prestadores de servicios y las personas que los necesitan, buscando que estos servicios se presten con cierto nivel de calidad y que cumplan con las expectativas de clientes y proveedores.

La empresa verificará la evaluación del servicio desde ambas perspectivas en la búsqueda de mejorar constantemente.

### **2.2.1.5. Definición del problema**

#### **2.2.1.5.1. Problema de decisión gerencial**

En el año 2018 contratar servicios personales y domésticos es una tarea complicada, conseguir un electricista, gasfitero, una persona para la limpieza demandan mucho tiempo y un cierto nivel de estrés, en ciudades grandes como Guayaquil existen lugares donde los prestadores de servicios se agrupan a esperar a los clientes, pero en ciudades como Manta no existe un lugar así, las personas que necesitan estos servicios deben recorrer la ciudad en su búsqueda, buscar en el periódico, o preguntar a familiares y amigos para obtener una recomendación, lo cual no garantiza que el servicio se preste en el momento en el que se requiere.

Algunas personas ya están utilizando redes sociales e internet como herramienta para encontrar el servicio deseado, pero tanto los métodos anteriores como estas plataformas tecnológicas tienen varios inconvenientes, entre ellos que no permiten la posibilidad de elegir al prestador de servicios, siendo que es difícil localizarlos se contrata al primero que se encuentra, siendo una actividad informal suele presentarse diferentes inconvenientes con el servicio prestado, generalmente toma demasiado tiempo encontrar a un prestador de servicios.

Al utilizar las plataformas tecnológicas en muchos de los casos los datos no están actualizados, por lo cual teléfonos y direcciones ya no son útiles, y se debe reiniciar la búsqueda, no se cuenta con ningún tipo de guía o evaluación del prestador del servicio por lo cual se corre cierto riesgo de no tener el nivel de servicio deseado.

### **2.2.1.5.2. Problemas de investigación de mercado**

Con el paso del tiempo la forma en que la familia ecuatoriana genera ingresos para el hogar ha cambiado, la distribución y uso del tiempo se ha vuelto uno de los aspectos importantes en las decisiones, las personas tienen poco tiempo para buscar prestadores de servicios, recorrer la ciudad, preguntar a los conocidos suele llevar mucho tiempo y generar estrés a la familia.

Un llave que gotea, una tubería tapada, la limpieza de la casa, el cambio de un fusible, y otros tantos problemas que se pueden presentar en el domicilio y que deberían tener una solución sencilla toman más tiempo del necesario y en algunos casos mayor gasto, por esta y otras razones las personas suelen buscar soluciones que se adapten a su estilo de vida y a marzo del 2018 no tienen una solución adecuada, los sitios web, las publicaciones en periódicos y otros no cumplen con las condiciones necesarias para dar una solución efectiva a los problemas que se presentan y en algunos casos empeoran la situación inicial.

### **2.2.1.5.3. Preguntas de investigación e Hipótesis**

- ¿Es factible la creación de una empresa de intermediación de servicios personales y domésticos que utilice plataformas tecnológicas para ofrecer estos servicios a los clientes?
- ¿Las personas de la ciudad de Manta de más de 24 años están interesadas en la búsqueda de herramientas que simplifique la contratación de servicios personales y domésticos?
- ¿Existen prestadores de servicios dispuestos a ofrecer sus servicios a través de un intermediario?

### **2.2.1.5.4. Diseño de la investigación**

Para obtener la información requerida para el presente plan de negocios se utilizaron los siguientes tipos de investigación:



**Investigación Documental:** Se utilizó este tipo de investigación para el levantamiento de información relativa al tema tal como revistas, periódicos, sitio web oficiales como la página de Ecuador en cifras, el INEC y otros que facilitan el trabajo de investigación.

**Investigación Experimental:** Siendo que se necesita tomar datos aleatorios y que muestren la opinión de las personas respecto de ciertas preguntas relacionadas con la forma en que realizan la actividad y su disposición a cambiarlas, se aplicó la encuesta como método de levantamiento de información de posibles clientes.

Para la determinación del universo del cual tomar la muestra para el levantamiento de la información se consideró la ciudad Manta que es donde se constituirá el negocio. Los aplicados son los siguientes:

Habitantes de la ciudad de Manta para el 2016: 253.441

Porcentaje de Población económicamente activa para el país: 48,51%

Fuente: INEC

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para población finita.

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot Z^2}{(N - 1) \cdot E^2 + \sigma^2 \cdot Z^2}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

$\sigma^2$  = varianza de la población (0,25)

Z = nivel de confianza

E = error admisible

Datos:

N = 122.942

$\sigma^2 = p \times q = 50\% \times 50\% = 0,25$

Z = 95%

E = 0,05

Tamaño de la muestra (n) = 383

Los resultados de la aplicación de la encuesta se presentan en los anexos en el punto 15.1 Estudio de Mercado

#### **2.2.1.5.5. Productos Competidores**

En el Ecuador no existen aspectos legales que se constituyan en barrera de entrada para este tipo de negocios, y aun cuando no existe un negocio con el mismo formato del propuesto en el presente plan de negocios existen algunas empresas que a través de sitios web y otras plataformas han intentado solventar esta necesidad de la población, algunos de estos negocios de se mencionan a continuación:

##### **OLX (<https://www.olx.com.ec/>)**

Es una plataforma de anuncios clasificados online, fue fundada en Nueva York en el año 2006, y al año 2018 se encuentra en 40 países y alcanza 1.7 mil millones de visitas al mes.

OLX permite a sus usuarios conectarse para vender, comprar, intercambiar bienes nuevos o usados, así como servicios de manera fácil y rápida, las publicaciones se pueden hacer desde el sitio web o desde el celular.

Para su operación no permite realizar pagos desde su plataforma y no asume responsabilidad sobre la satisfacción de las transacciones realizadas.

Las publicaciones son de responsabilidad del usuario, su política aplica al control del tiempo que las publicaciones permanecen vigentes, este tiempo generalmente es de 30 días, tienen condiciones para la presentación del anuncio y prohibición de anuncio sobre ciertos tipos de productos o servicios.

El sitio realiza una clasificación por provincia, cantón, y por categoría de bien o servicio; también permite organizar los resultados por precio.

Uno de sus problemas es que aun cuando maneja cierto nivel de clasificación, los resultados que presenta no se ajustan necesariamente a lo que se está buscando, así aun cuando se busca servicio de limpieza, puede mostrar un anuncio de venta de carros.

Permite al cliente comunicarse por correo o por teléfono según los datos ingresados. Y luego de que la transacción se ha realizado, permite el reporte por parte del cliente de si el anuncio es fraudulento.

### **Mercado Libre (<https://www.mercadolibre.com.ec/>)**

Es una empresa de intermediación para compra y venta de bienes y servicios, fue fundada en Argentina en 1.999, y al 2018 tiene operaciones en 19 países, entre los cuales está Ecuador. Según información de su página están entre los 50 sitios web más visitados en el mundo. Es la compañía líder en comercio electrónico en América Latina, con 160 millones de usuarios registrados.

De las transacciones realizadas el 80% son sobre productos nuevos, pero también permite la venta de productos usados y la negociación de servicios. Como requisito previo para realizar transacciones los usuarios deben estar registrados. El sitio permite dos tipos de publicaciones: básica, la cual es gratuita, y la normal que tiene costo con comisión por venta.

Al ingresar a la página el usuario debe elegir el tipo de servicio o producto que desea adquirir, estos se listarán inmediatamente, y permitirá al usuario utilizar filtros para refinar la búsqueda ya sea por ubicación, por categoría o por precio.

Se permite el contacto con el vendedor a través de un mensaje o una llamada, el comprador puede realizar una oferta, y esperar la respuesta del vendedor, una vez confirmada tiene 3 días para concretarla o recibir una mala calificación, se permite calificar a vendedor y comprador, y dejar una reseña sobre las condiciones de la atención recibida.

Uno de los problemas que presenta es que las publicaciones pueden estar desactualizadas y por lo tanto los clientes pueden perder tiempo esperando respuestas sobre un anuncio que esta descontinuado.

**Evisos (<https://www.evisos.com.ec/>)**

Este sitio web permite publicar avisos clasificados gratis, en el año 2018 opera en 21 países por lo que permite realizar la búsqueda de avisos de manera nacional e internacional.

Su nombre viene de avisos electrónicos, todos los avisos publicados por los usuarios son gratuitos, ya que la empresa genera sus ingresos por la publicidad que presenta en la página, junto con los anuncios de los usuarios. En general no tiene limitaciones para la cantidad de anuncios a publicar, siempre que no sean prohibidos o de propaganda masiva. La creación del anuncio es muy sencilla, este pasa por el filtro de la compañía para verificar el contenido, lo cual puede tomar algunas horas antes de estar disponible para clientes.

La página sugiere que los pagos se realicen cuando se esté personalmente en contacto con el vendedor y cuando se haya confirmado las características del bien o servicio.

Este sitio web permite utilizar filtros por país, provincia y por tipo de bien o servicio a contratar, de los anuncios que presenta en el mes de marzo 2018 pocos tienen cobertura en la ciudad de Manta.

**DeCachuelo (<https://www.decachuelo.com.>)**

Este sitio web se define como el punto de encuentro para personas que ofrecen y buscan contratar servicios, este sitio está administrado por Maxmedia Cia.Ltda. con oficinas en Guayaquil.

Dechachuelo.com permite a usuarios registrados crear una publicación del servicio a ofrecer; para este proceso se solicita el título, la descripción y la selección de la categoría,

permite introducir mínimo tres etiquetas que definan el servicio y faciliten la búsqueda por parte de los potenciales clientes.

Para el precio a publicar por el servicio, permite definir un valor o escoger el concepto “precio a convenir”, se debe especificar datos de contacto, subir una imagen que referencie el servicio y posteriormente publicarlo.

Permite a los usuarios localizar el servicio requerido por una etiqueta del servicio, por la provincia o por una combinación de ambas. Los servicios se muestran con la imagen y la indicación del precio, el contacto con el proveedor se realiza por correo o teléfono, y con él se definen las condiciones del servicio.

Posterior al servicio se permite el ingreso de una reseña y un número de estrellas (de 1 a 5) por calificación. Este proceso de calificación no es el más seguro, ya que cualquier persona puede ingresarlo sin necesidad de estar registrado o de ingresar datos reales al momento de registrar la reseña.

#### **Ediasa (<https://www.eldiario.com.ec>)**

Ediasa pone a disposición de la población su sección de clasificados, en la versión impresa y en la versión en línea, tanto en su publicación El Diario Manabita o La Marea, en ambos casos las personas pueden enviar la información de los servicios que ofrecen o buscan a los correos [avisos@eldiario.ec](mailto:avisos@eldiario.ec) y [avisos@lamarea.ec](mailto:avisos@lamarea.ec), son publicados en las siguientes 24 horas, los usuarios envían detalles del servicio que prestan y la información de contacto.

De la revisión realizada, son pocas las ofertas de servicios que se presentan en estas publicaciones.

#### **Gea Ecuador / Gea Internacional (<https://www.geainternacional.com>)**

Gea es un grupo empresarial con más de 30 años de experiencia en la industria multiasistencial, se encuentra en 12 países, entre ellos el Ecuador, a marzo del 2018 ofrece sus servicios de:

Asistencia Hogar: cerrajería, electricidad, vidriería y técnicos especializados;  
Asistencia vial: remolque de grúa, mecánica ligera, auxilio vial, cerrajería;  
Asistencia médica: ambulancia, asistencia telefónica, chequeos de rutina,  
coordinación de citas.  
Asistencia odontológica

Gea promociona sus servicios de forma telefónica y a través de algunas instituciones financieras como un servicio complementario, para el caso de Asistencia Hogar el costo del servicio a través del Banco del Pacifico es de \$ 4,91 mensuales, el servicio que se presta es básico y está enfocado en reestablecer el servicio afectado, agua, electricidad o acceso al domicilio registrado por el cliente, la cobertura depende del intermediario, para el caso del Banco del Pacifico es de \$ 85 y en el caso de Optar es de \$ 75 por grupo de servicio, si el cliente ha superado su cobertura se le notifica el valor del servicio previo a su prestación para que el cliente de su conformidad y proceda con el pago.

## Capítulo 3 Análisis FODA

### 3.1. Matriz FODA

*Tabla 3. Matriz FODA*

Fortalezas		Análisis
F01	Modelo de negocio diferente	Ser los primeros en aplicar este modelo de negocio en el país, lo que brinda una ventaja especial en la curva de experiencia
F02	Personal altamente calificado	Personal con experiencia en atención al cliente, en evaluación de proveedores y en reclutamiento de prestadores de servicio
F03	Estandarización de precios de los servicios	Brinda estabilidad a los potenciales clientes y les da la oportunidad de planificar y financiar los servicios requeridos.
F05	Equipos y plataforma tecnológica	Herramientas acordes a las necesidades del negocio, para su etapa inicial y sus primeros años de operaciones, ajustados a las proyecciones de crecimiento
F06	Múltiples Servicios	La plataforma tecnológica brinda a los usuarios la posibilidad de contratar diferentes tipos de servicios personales y domésticos.
F07	Seguridad y confiabilidad	Todos los usuarios deben registrarse, lo que brinda confiabilidad de las reseñas cargadas, los datos de los prestadores de servicio son verificados, así como el que cuenten con los equipos apropiados y los utilicen para garantizar su seguridad y la de los clientes.
F08	Control de Calidad del Servicio Prestado	Habrà contacto con el cliente posterior a la prestación del servicio para evaluar la calidad del servicio prestado.
Debilidades		Análisis
D01	Presencia en el mercado	Al ser una compañía nueva su presencia en el mercado es limitada y requerirá de mercadeo y de clientes satisfechos para incrementar su imagen y presencia.

D02	Costos más altos	La amortización inicial de implementar el negocio genera costos más altos que los que pueden tener en promedio los prestadores de servicio independiente.
D03	Innovación permanente	Siendo que es un negocio cuya interacción con el cliente se basa en plataformas tecnológicas requiere de actualización constante para facilitar la vida de los clientes y ajustarse a las tendencias.

Oportunidades		Análisis
O1	Crecimiento de la población que realiza compras por internet	Cada día las personas pasan más tiempo conectadas, a través de tablets, teléfonos o computadores, esto ha incrementado la cantidad de transacciones que se realizan por internet
O2	Alianza con empresas que suministren bienes o servicios a All Services	Como parte de los beneficios del servicio que se presta al cliente está la venta de materiales, esto presenta la oportunidad de alianzas para conseguir mejores precios e incrementar sus ventas
O3	Diversificación de los servicios que se ofrecen en el sitio	Una vez que el negocio este afianzado en el mercado, existe la posibilidad de diversificarse a otro tipo de servicios más especializados
O4	Entidades financieras otorgan financiamiento para nuevos negocios	Crédito para emprendedores otorgados por la Corporación financiera nacional, especialmente a quienes se encuentren dentro de la matriz productiva, como el caso de All Services
O5	Necesidad de prestadores de servicios formales y responsables	A inicios del año 2018 este tipo de servicios personales y domésticos suelen ser contratados informalmente y eso suele causar retrasos y otras dificultades, las personas esperan responsabilidad y mejores servicios que les den tranquilidad.



O6	Diversas formas de pago	Tradicionalmente estos servicios se pagan en efectivo en el momento de ejecutarlos, esto provoca que en algunas ocasiones se retrasen por falta de liquidez inmediata, con el uso de nuevas formas de pago los clientes tienen la posibilidad de financiar la contratación y tenerla cuando se requiere.
Amenazas		Análisis
A1	Entrada de nuevos competidores	Basado en el crecimiento esperado de los negocios por internet, los nuevos modelos de negocios tienen a ser imitados y al no existir barreras de entrada importantes se facilita el ingreso de nuevos competidores
A2	Flexibilidad de precios	Los prestadores de servicios contratados directamente tienden a reajustar los precios en función del regateo que realizan con los clientes

Elaborado por: Investigador

Fuente: Investigación de mercado

### 3.2. Oferta de producto

De la investigación realizada los principales competidores que tiene All Services son los prestadores de servicios independientes, quienes atienden la mayor parte de la demanda actual de servicios, los sitios web que a marzo del 2018 ofrecen servicios personales y domésticos tienen una pequeña oferta de servicios publicada y en algunos casos los datos de contactos están desactualizado y el contacto con el cliente tarda demasiado.

A marzo del 2018 los prestadores de servicios se ubican en diferentes sectores de la ciudad y su base de clientes generalmente se concentran entre sus vecinos o referidos de estos, lo cual también suele dar un cierto sentido de seguridad a los clientes.

En la mayoría de los casos estos prestadores de servicios no manejan ningún sistema de promoción, esperan a que los clientes los busquen, los atienden en función al orden

de llegada y en algunos casos en función de la facilidad y urgencia que el trabajo solicitado amerita.

La cercanía con el cliente en ocasiones ocasiona que se dé prioridad de atención a amigos o recomendados por lo que se afecta a otros clientes, esto dependiendo del tipo de servicio que se preste.

En cuanto al sentido de calidad depende mucho del prestador de servicio contratado y de la atención que el cliente ponga al desarrollo del trabajo.

Con relación a los precios son variados y dependen del prestador del servicio y en algunos casos de la habilidad que tienen los clientes para negociar la tarifa.

Generalmente es responsabilidad del cliente entregar al proveedor los materiales necesarios para la realización del servicio y en algunos casos durante la prestación de estos se requiere comprar más materiales o deshacerse de los materiales sobrantes.

### **3.3. Claves para el éxito**

Para identificar los factores claves para el éxito se han utilizado las perspectivas financiera, cliente, procesos y aprendizaje, estas nos ayudaran a alcanzar la visión de la compañía, alineándose con las tres principales estrategias: Calidad y eficiencia en el servicio, generación de valor para empleados y accionistas, y convertirnos en una plataforma tecnológica recordada por los clientes, esta nos permite desarrollar el negocio de venta de publicidad para pequeños negocios que desean publicar sus propuestas a costos razonables.

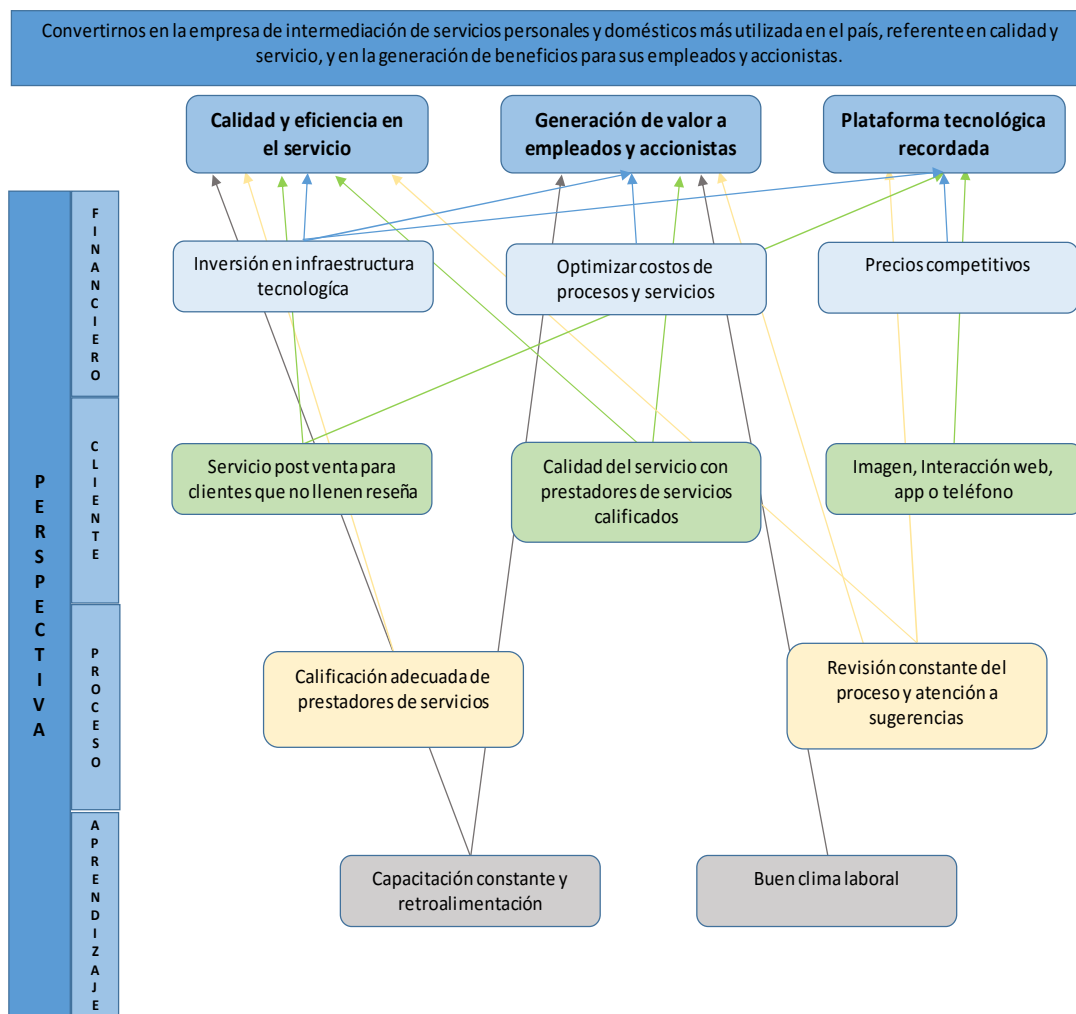


Ilustración 5. Factores claves de éxito

### 3.4. Asuntos críticos

Dentro de los asuntos críticos a considerar para que el negocio funcione tenemos los siguientes:

Costo promedio de insumos, se buscará prestadores de servicios calificados y con experiencia que coticen sus servicios a precios razonables, también se buscaran alianzas con proveedores de materiales y servicios complementarios que garanticen los más bajos costos para el negocio y el cliente.

Recursos Humanos, se busca mantener un buen clima laboral y el desarrollo del personal y prestadores de servicio a través de capacitación constante y de técnicas de motivación.

Logística, se buscará establecer un plan de actividades y un mapa de distribución de prestadores de servicios para buscar que los clientes reciban a los prestadores de servicios más cercanos a su ubicación. La herramienta utilizará geolocalización para facilitar al prestador del servicio la ubicación del cliente.

Imagen, este es uno de los aspectos más importantes para el negocio, la retención de clientes, la venta de publicidad, el convertirse en una plataforma tecnológica recordada por los clientes depende de la imagen que se proyecte a clientes, proveedores, accionistas y a la comunidad, por ese motivo la empresa buscará mantener estándares de calidad en todos sus procesos y el respeto permanente de sus valores corporativos

## Capítulo 4 Plan de Marketing

### 4.1. Objetivo del marketing

El objetivo del marketing es definir las estrategias que se utilizarán para promocionar los servicios del All Services, la forma de garantizar las ventas y la fidelidad de los clientes.

Se definirá la forma para generar valor para los clientes a través de las estrategias de precios, publicidad y promoción.

### 4.2. Mercado Objetivo

La definición del mercado objetivo es uno de los factores más importante del proyecto por que ayuda a identificar a la población a la cual debemos orientar nuestro esfuerzo y recursos para captar su atención y ganar su preferencia por los servicios que ofrecemos.

Como ya se indicó el mercado objetivo para All Services es la ciudad de Manta, el promedio de edad de los habitantes de la ciudad es de 28 años.

Los servicios que ofrecerá All Services están muy relacionados con las necesidades del hogar y vehículos, por esto y considerando que el 54,6% de la población está casados o viven en unión libre, el segmento de edad que utilizaría nuestro sitio web es de 25 a 64 años.

*Tabla 4. Mercado Objetivo*

<b>Ciudad</b>	<b>Manta</b>
Población	253.441
Edad 25 – 64	114.909
Casados ó unidos	54,60%
Mercado Objetivo	70.500
Fracción de Mercado	10%
<b>Número de clientes potenciales</b>	<b>7.050</b>

### 4.3. Posicionamiento

El posicionamiento ayudará a crear la imagen del producto en la mente de los clientes, esta imagen es el factor de recordación principal, y generalmente se mantiene en el tiempo, por ese motivo es importante crear una imagen positiva desde el lanzamiento, ya que cambiar una imagen negativa es una tarea difícil.

Debido a las características de los servicios que ofrece All Services y los de su principal competencia se buscará posicionar el producto en función de sus características claves y de las diferencias con la oferta actual.

Diferencias con oferta actual:

- Planificación: El cliente escoge fecha, hora y prestador de servicio.
- Formas de Pago: Se aceptan tarjetas de crédito, débito, dinero electrónico.
- Servicio post venta: Se recibe la retroalimentación del cliente posterior a la realización del servicio.
- Seguridad: Se realiza la calificación de proveedores, esto incluye visitas y conocimiento de su entorno.

Características Claves:

- Servicio de fácil contratación: A través del uso de diversas plataformas tecnológicas, sitio web, app o teléfono.
- Estandarización de precios: El cliente pagará el mismo precio por el mismo servicio, indistintamente del prestador del servicio.
- Calidad: La calificación y evaluación de los prestadores de servicios, así como la retroalimentación de los clientes permitirán mantener servicios de calidad.

El Slogan de All Services será **“El servicio que buscabas... a un clic de distancia”**.

#### **4.4. Estrategia y programa de marketing**

##### **4.4.1. Estrategia de precios**

A marzo del 2018 para este tipo de servicios personales y domésticos no existe una estandarización de precios, la única política de precios que utilizan es “precio a convenir” o “precio negociable”, el precio se fija en el momento de la contratación y con opción a regateo.

La estrategia de precio de All Services se orientará a manejarse sobre el promedio del mercado según el servicio a contratar y considerando las complejidades de cada servicio, para esto se evalúa la competencia existente, en cuanto a facilidades que presta, calidad del servicio, precio y forma de pago.

Esta evaluación proporciona el promedio del mercado y el máximo que se ha pagado en condiciones actuales, se determinan los costos de la empresa (prestador del servicio, sueldos y otros gastos), se adicionan el margen, las comisiones, el valor del IVA, esto configura el precio que dadas las condiciones de formalidad del negocio será mayor que el pagado a proveedores informales.

La diferenciación de los servicios de All Services con la oferta actual del mercado permitirá mejores precios siendo que los clientes serán menos sensibles a él. All Services se mantendrá en un constante proceso de evolución para dar a los clientes más y mejores servicios.

##### **4.4.2. Estrategia de Venta**

Siendo que All Services ha definido como medio principal de comunicación con el cliente el sitio web, se espera que la mayor parte de nuestras ventas se realicen a través de estos medios.

En la etapa inicial la empresa se enfocará en los clientes que realizan las compras a través de su computadora, y posteriormente se desarrollaran las otras plataformas como son una app y la atención a través de llamadas telefónicas.

Los servicios personales y domésticos y los potenciales beneficios que ofrece All Services se publicaran a través de redes sociales. La venta de publicidad en la página al inicio de las operaciones se ofrecerá a través del contacto directo con los potenciales clientes y posteriormente a través de los medios utilizados para la contratación de los otros servicios.

#### **4.4.3. Estrategia Promocional**

La estrategia promocional de la empresa se basará en los siguientes medios:

- Redes Sociales, se crearán perfiles en Facebook, Instagram, Twitter, donde se publicarán las ventajas de utilizar los servicios de All Services, la facilidad para contratarlos y las reseñas de clientes satisfechos.
- Publicidad, se contratará publicidad en las redes sociales (Facebook, Instagram) y en la prensa de mayor circulación de la ciudad.
- Volantes Publicitarios, indicando los servicios que ofrece la empresa y la forma de contacto, esto se realizará los fines de semana en centros comerciales, un día de trabajo en el centro de la ciudad, y en algún evento que congregue mucha asistencia de ciudadanos de Manta.
- Proveedores de materiales o servicios complementarios, se buscará publicitar servicios en estos negocios para fortalecer la imagen de la empresa y crear recordación en los clientes.

#### **4.4.4. Política de Servicios**

Para mantener el compromiso de All Services con brindar a los clientes el mejor servicio se implementarán las siguientes políticas:

- Calidad en el Servicio

Todo el personal de All Services mantendrá un compromiso con el cliente para brindar la mejor atención, bajo este concepto se buscará realizar una adecuada calificación de proveedores, que en últimas instancias serán la cara más cercana con el



cliente y la ejecución de su trabajo será uno de los aspectos más importante que recordará el cliente.

- Conocimiento del Servicio

El ingreso de los proveedores de servicios a la red de All Services pasará por una evaluación para identificar su conocimiento del servicio que presta, así como las referencias de trabajos realizados, el último filtro para esta evaluación serán las reseñas de los clientes donde calificarán al prestador de servicios por el trabajo realizado.

- Facilitar la vida del cliente

All Services se enfocará en fidelizar a los clientes, por lo tanto, buscará alternativas para que la imagen de la empresa se relacione con una vida más fácil para el cliente, aplicando servicio post venta, servicios de emergencia para horarios especiales, proveyendo los materiales requeridos para la ejecución del servicio y utilizando diferentes medios de pagos.

#### **4.4.5. Tácticas de Ventas**

Como tácticas de ventas la empresa utilizará principalmente las siguientes:

- Base de Datos: se desarrollará una base de datos de posibles clientes, aquellos que cumplan con las características de los clientes objetivos, se iniciará con los contactos actuales de los socios y con los contactos de estos para desarrollar una red que provea los clientes iniciales y futuros, y hacia quienes debe orientarse otras tácticas de ventas.
- Medios, siendo los medios la principal forma de promocionar la empresa y su plataforma de ventas, estos deben mantenerse actualizados en forma permanente, transmitiendo claramente el mensaje de All Services, sus valores y los servicios que ofrece, las plataformas tecnológicas facilitarán la interacción con el cliente para agilizar el cierre de ventas.

- Asociación, El networking y las alianzas estratégicas son dos aspectos importantes para incrementar las ventas y obtener mejora en los costos de los productos que se comercialicen. Se establecerán alianzas estratégicas con proveedores de bienes o servicios complementarios a los que ofrece All Services, esto le dará acceso a su base de clientes sin restar sus ventas y potencializando las de All Services, se gestionará con ellos precios preferenciales para los materiales que All Services requiera para la atención a sus clientes.

La administración adecuada del networking y de las alianzas estratégicas le permitirá a All Services poner a disposición de la comunidad una mayor cantidad de publicidad sobre quiénes son y los servicios que ofrece.

- Referidos, un cliente satisfecho comunicará su experiencia a sus vecinos y amigos, y este será un canal de publicidad y venta adicional para All Services.

#### **4.4.6. Planes de contingencia**

Los planes de contingencia para la prestación de servicios son:

- Por fallas en la plataforma tecnológica, se mantendrá la atención telefónica.
- Por inconvenientes con el prestador de servicios:
  - Por ausencia del prestador del servicio: se mantendrá otro prestador de servicio disponible.
  - Por problemas de calidad del servicio: Se evaluará el caso, se enviará a otro prestador de servicio a realizar una evaluación y de ser procedente, se ejecutará el trabajo con otro prestador de servicio. Para todos los casos se solicitará al prestador del servicio tomar fotos del antes y después del trabajo realizado.

## **Capítulo 5 Análisis Técnico**

### **5.1. Análisis del producto**

#### **5.1.1. Especificación del producto**

##### **Intermediación de Servicios Personales y Domésticos.**

El servicio se inicia con el levantamiento de información de los prestadores de servicios que existen en la ciudad, estos pasaran por un proceso de evaluación y luego aquellos que estén dispuestos a trabajar con All Services y que pasen el proceso de evaluación se cargarán a nuestras bases de datos y luego se publicarán en el sitio web, el proceso de evaluación se mantendrá durante la existencia del sitio web, a través de los comentarios y evaluación de los clientes que utilicen sus servicios.

Los clientes pueden visitar el sitio web, ver información sobre los servicios, y otra información general sobre la página, pero no podrán contratar hasta que realicen el proceso de registro, una vez que el usuario este registrado, navegará en el sitio, cotizará servicios, contratará el servicio deseado y posteriormente puede calificar el servicio recibido.

El proceso de registro es obligatorio para garantizar que las contrataciones sean reales, así como para obtener la información para el proceso de facturación y pago, el sitio brinda la posibilidad de pago a través de tarjeta de crédito, débito, transferencia, depósito o dinero electrónico.

Este servicio también podrá ser contratado a través de una llamada telefónica, en este proceso se tomarán los datos del cliente y se ingresaran al sistema para validar información y separar la respectiva cita en la agenda del prestador del servicio, después de realizada la llamada All Service regresará la llamada al cliente para constatar la información y enviar al prestador del servicio.

Al iniciar las operaciones y como resultado de las encuestas realizadas los servicios que se prestarán son: Servicio de limpieza de domicilios, servicio eléctrico, gasfitería y albañilería.

### **Venta de Materiales**

Como un beneficio complementario a la prestación de servicios a los clientes, All Services pondrá a su disposición el suministro de materiales que sean requeridos para la ejecución del servicio contratado, la compra de los materiales por parte del cliente no es una obligación, pero está disponible para que el cliente lo solicite en cualquier momento.

Durante el proceso de contratación el cliente puede decidir si contrata solo el servicio o si incluye la compra de materiales, si elige contratar el servicio incluyendo la compra de materiales, estos serán provistos por All Services y entregados por el prestador del servicio al momento de llegar al lugar donde se prestará el servicio.

### **Venta de Publicidad**

Otros de los servicios complementarios que prestará la empresa será la venta de publicidad en su sitio web, se ofrecerá este servicio para negocios y personas que provean bienes o servicios complementarios a los que ofrece All Services, se venderán anuncios de diversos tamaños y que presentarán la información de contacto para que los clientes puedan comunicarse y contratarlos.

En la primera etapa de implementación del negocio, este servicio se ofrecerá a través de visitas a los negocios donde se espera obtener el primer grupo de clientes de esta categoría, luego todos los servicios se ofrecerán a través de las redes sociales.

## **5.2. Bases tecnológicas**

### **5.2.1. Estructura del sitio**

Las principales opciones que se tendrán al navegar en el sitio web de All Service son:

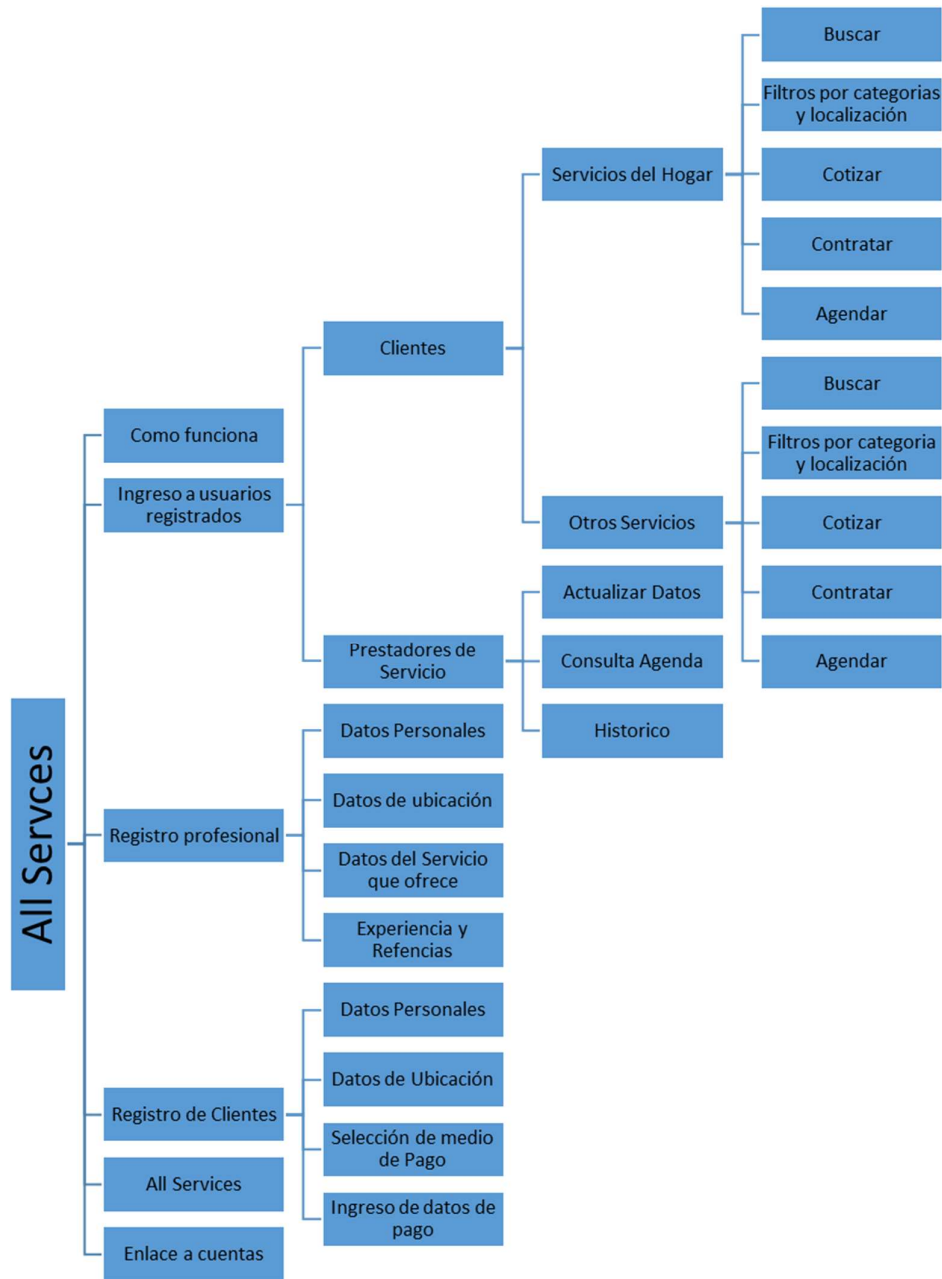


Ilustración 6. Estructura del sitio

El sitio web tiene un nivel de complejidad medio y necesita de un robusto diseño de base de datos, las tablas principales a manejar son:

- Categorías de servicios
- Servicios
- Poblaciones
- Clientes

- Profesionales
- Pedidos
- Presupuestos
- Servicios prestados con sus valoraciones
- Facturas de ventas

### 5.2.2. Herramientas a utilizar

#### Características del servidor:

##### Servidor de páginas web: Apache

Apache: es el servidor de páginas web más utilizado de los existentes (W3 Techs, 2016).

##### Base de datos: MySQL

MySQL: ocupa el segundo lugar en el ranking de bases de datos, pero probablemente es la más usada entre la población de programadores (DB-Engines, 2016).

##### Generador de contenido web: PHP

PHP: en el apartado de lenguajes de programación ocupa la sexta posición, pero tres de los primeros no se aplican en programación web. Por tanto, en lenguajes de programación web ocupa el tercer lugar. El primero es java que debe en gran parte esta posición a su utilización en programación de aplicaciones empresariales. (Pinterest, 2016)

##### Sistema operativo para el Servidor: LINUX

Linux es uno de los sistemas operativos más utilizados para servidores, las razones son estabilidad, sus versiones típicas pueden durar años antes de requerir un cambio, las violaciones a su seguridad son corregidas con mayor velocidad que otros sistemas

operativos. Es muy flexible al poder configurarse con las características básicas para poder operar; bajos costos debido a que la mayoría de su software es gratuito.

Independientemente de que el centro de datos sea propio o externo, el sistema operativo del servidor será preferentemente una distribución Linux orientada a servidores: Red Hat, CentOS, Debian, Ubuntu, cada una de estas con versiones específicas para servidores. (Andrearrs, 2014)

### **Requerimientos para el cliente**

Navegador debe permitir:

Ejecución de CSS para el renderizado de las páginas; CSS: es en compañero indispensable de HTML para definir cómo se representa el contenido de las páginas web

JQuery para el funcionamiento dinámico de las páginas; JQuery: es una biblioteca basada en javascript que soluciona las diferencias de comportamiento de javascript entre diferentes navegadores.

### **Valoración de Software**

Todo este software mencionado es de distribución gratuita, lo cual no impide, en caso necesario poder contratar servicios de soporte con costo para All Services. El desarrollo y personalización de la plataforma de All Services es un servicio con costo que se incluye en la inversión inicial.

### **Plataforma de pagos**

Se utilizará preferentemente una de las plataformas de pago desarrolladas por los bancos con los que trabaje la empresa. Para la selección del más idóneo el criterio más importante es que el pago se desarrolle totalmente en el sitio web del banco, de forma que All Services no tenga en ningún momento acceso a los datos de la operación, como garantía de seguridad.

Si el banco no tiene esta opción disponible se puede pensar en recurrir a plataformas de pago de terceros como PayPal, Kushki y Paymentez.

Para las estimaciones de financieras se considera el servicio de pago prestado por Paymentez que tiene un costo de 1,5% del valor de la transacción más IVA.

### **Idiomas y textos**

El contenido de las páginas con narrativa extensa con normas de uso, consejos, textos largos de acompañamiento será redactados y traducidos por responsables de All Services, estos textos extensos, se tratarán como relleno gestionado por el idioma elegido, para este caso el castellano. Los textos cortos, serán gestionados por las funciones de selección de traducciones del lenguaje PHP, pero evidentemente habrá que realizar las traducciones.

### **Requerimientos de Hardware**

El requerimiento de Hardware para utilizar como servidor del sitio Web requiere inicialmente de una definición en cuanto a la compra o renta de los mismos; a marzo del 2018 hay una tendencia creciente al uso de centros de datos externos

Para un solo sitio web no tiene sentido un centro de datos propio. Es como montar toda la logística e infraestructura de una gran empresa de transportes para una flota compuesta por un solo camión.

Si hablamos de un servidor dedicado, este debe ser rápido y fiable, en cuanto a capacidad de disco duro, el alojamiento de la web no necesita ninguna capacidad especial. Siendo que es un solo sitio web en términos de capacidad se puede utilizar una simple portátil.

En el caso de un servidor compartido la capacidad necesaria depende de los requerimientos que tenga el servidor, cuantas más aplicaciones webs aloje mayor debe ser la capacidad. Pero nunca puede establecerse a partir de los requerimientos de un único sitio o aplicación web. (Tirado, 2013)



### Diferencias de requerimientos entre servidores propios o de renta

Tabla 5. Diferencias Servidores

<b>Requerimientos</b>	<b>Servidor Propio</b>	<b>Servidor de Renta</b>
<i>Espacio físico</i>	X	
<i>Sala con aire acondicionado</i>	X	
<i>Instalación Contra incendio</i>	X	
<i>Líneas ADSL</i>	2 con proveedores diferentes	
<i>UPSs</i>	X	
<i>Servidores con disco raid (redundancia de disco)</i>	Mínimo duplicados (2)	
<i>Sistema operativo Linux Server *</i>	X	
<i>Servicios de Back Up</i>	X	
<i>Armario Ignífugos (almacenaje copias de seguridad)</i>	X	
<i>Sistema operativo</i>	Linux \$ 0 Windows \$ 900	
<i>Alquiler Hosting</i>		Desde \$ 10/mes

\* Al utilizar Linux el costo de licencia es \$ 0, si opta por Windows Server el costo es aproximadamente \$ 900

Como resultado del análisis previo la opción a utilizar por parte de All Services es alojar el sitio en un hosting externo.

El sitio escogido para el inicio de nuestras operaciones es Hostalia.com; esto debido a sus bajos precios, servidores de respaldos, equipos redundados, copias de seguridad diaria, sistemas de monitorización y un amplio equipo de personal especializado para atender las necesidades de los clientes.

## Tiempos y personal requeridos para el diseño y desarrollo de la página

### Fase de Diseño del sitio web

- Analista: en conjunto con los responsables del negocio se encargarán del análisis de todo el sitio web, utilizando las herramientas adecuadas para generar especificaciones de desarrollo para el diseño de la página y su programación y también los juegos de prueba para comprobar su correcto funcionamiento. El tiempo mínimo requerido por actividad se detalla:

*Tabla 6. Tiempo para desarrollo del sitio*

<b>Actividad</b>	<b>Horas</b>
Diseño base de datos	90
Mantenimiento poblaciones	10
Mantenimiento categorías	10
Mantenimiento servicios	30
Registro de profesionales	70
Registro de clientes	70
Proceso de pedidos	70
Registro de créditos	70
<b>Total</b>	<b>420</b>

- Fotógrafo: Efectuarán las fotografías originales necesarias para los diseños.
- Realizador videos: Filmará los videos necesarios para mostrar en la página.
- Diseñador/a de páginas web: Recopilación de material gráfico (tipografías, fotografías, imágenes, logotipos, etc.) a utilizar; a partir de las especificaciones generadas por el analista efectuará el diseño gráfico de las páginas.
- Traductor(es): Para realizar las versiones de los textos en los diferentes idiomas (español, inglés)

### **Fase de Desarrollo**

- Programador web (php, html, css, javascript): Transformará a código las especificaciones generadas por el analista y los diseños gráficos. Se estiman 1.600 horas de trabajo.
- Técnico en redes sociales: Preparará los sitios de las redes sociales que se acuerde utilizar: facebook, linkedin, twitter, Pinterest, etc.

### **Fase de Pruebas**

Se traslapará con la de desarrollo, se ejecutarán los juegos de prueba especificados por el analista para comprobar el correcto funcionamiento. Se estima un requerimiento de 340 horas de trabajo.

### **Puesta en marcha**

Recopilación e introducción de datos iniciales: poblaciones, categorías de servicios, servicios, profesionales iniciales, clientes iniciales. Se estima 200 horas de trabajo.

### **Proceso Total**

Se estima que el proceso total tenga una duración de 980 horas de trabajo, el tiempo se puede reducir al utilizar dos programadores, la labor del equipo de pruebas será discontinua según se vaya avanzando en el desarrollo.

Posterior al desarrollo, se requerirá del siguiente personal de apoyo:

- En fase de explotación:
  - Técnico de sistemas (si el alojamiento es en centro propio)
  - Técnico en redes sociales
- En fase de mantenimiento
  - Analista, si es necesario, trabajo puntual

- Diseñador/a páginas web, si es necesario
- Programador web
- Traductor, si es necesario

### 5.3. Facilidades

Las oficinas de All Services estarán ubicadas en la ciudad de Manta, no se ha seleccionado aún la ubicación exacta de las oficinas, pero se requiere las siguientes condiciones mínimas para la operación:

- Servicio Eléctrico
- Servicio de agua
- Servicio telefónico
- Internet
- Espacio físico para recibir proveedores y prestadores de servicios.
- Aprobación del cuerpo de bomberos

A marzo del 2018 en la ciudad de Manta existe una alta oferta de personal, por lo que no se consideran que existan dificultades para la contratación del personal requerido para la operación del negocio.

No existen limitaciones de carácter municipal que restrinja la operación del negocio.

Desde el punto de vista tributario, por constituirse como una sociedad anónima se convierte en agente de retención de impuesto a la renta y de IVA, así como en agente de percepción.

Los Servicios facturados por All Services estarán gravados con IVA y son sujetos de retenciones en la fuente para el caso de prestar servicios a personal naturales obligadas a llevar contabilidad o a empresas.

Desde el punto de la compra de bienes o servicios la empresa se acogerá a lo dispuesto en la Ley de Régimen de Tributario Interno, y para la relación con los

prestadores de servicios se preferirá que estén inscrito como contribuyentes del régimen simplificado RISE.

Al utilizar este tipo de régimen lo prestadores de servicio simplifican su gestión tributaria.

Se establecerán acuerdos con proveedores para minimizar el manejo de inventarios de materiales que se utilizarán para la prestación de los servicios que se ofrecen. En la primera etapa del desarrollo del negocio las compras de estos materiales se harán en función de los requerimientos de los clientes, en esta etapa se levantará la estadística que servirá a futuro como base para el establecimiento de stock mínimo de los materiales.

## **Capítulo 6** **Análisis Administrativo**

### **6.1. Grupo Empresarial**

El grupo empresarial estará formado por cuatro socios o accionistas que participarán cada uno con el 25% del capital social. Cada uno de ellos se ha manejado en diferentes áreas de trabajo, pero no han participado previamente en negocios relacionados con la intermediación de servicios.

El conocimiento de los socios en sus diferentes áreas de experiencia será trasladado a la empresa a través de sus dos representantes, uno como gerente general y otro como presidente de la junta de accionistas, quienes se encargarán de tomar las decisiones respecto de la actividad económica.

Las condiciones salariales serán relativas a la realidad del mercado, en la primera etapa de desarrollo del negocio los salarios estarán por debajo de la media del mercado, pero siempre dentro de lo establecido por la Ley, y a medida que el negocio se desarrolle y estabilice se irán moviendo hasta alcanzar el promedio del mercado para posiciones similares en la misma rama de actividad.

Durante los primeros cinco años las utilidades generadas no serán distribuidas y permanecerán en la empresa, se buscará la obtención de beneficios tributarios según lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno para la reinversión de utilidades.

La empresa cumplirá lo establecido en la Ley de Compañías en los aspectos correspondientes a las sociedades anónimas, y formará las reservas pertinentes de las utilidades obtenidas.

### **6.2. Personal Ejecutivo**

Los cargos básicos de la organización se ocuparán con las personas elegidas a través de un proceso de selección donde se evaluarán sus capacidades para el puesto y su experiencia.

La relación con el personal se acogerá a lo establecido en las leyes vigentes, todo el personal ingresará con un contrato y estará a prueba durante los primeros tres meses de trabajo.

Se cumplirá con la afiliación al IESS de todo el personal desde el primer día de labores. Los salarios se pagarán de forma puntual, dividido en dos quincenas, el 40% en la primera y la diferencia en la segunda.

Se cumplirá con el pago de horas extras cuando la actividad lo requiera, así como el pago de todos los beneficios sociales establecidos en la Ley.

### 6.3. Organización

La estructura organizacional se muestra a continuación:

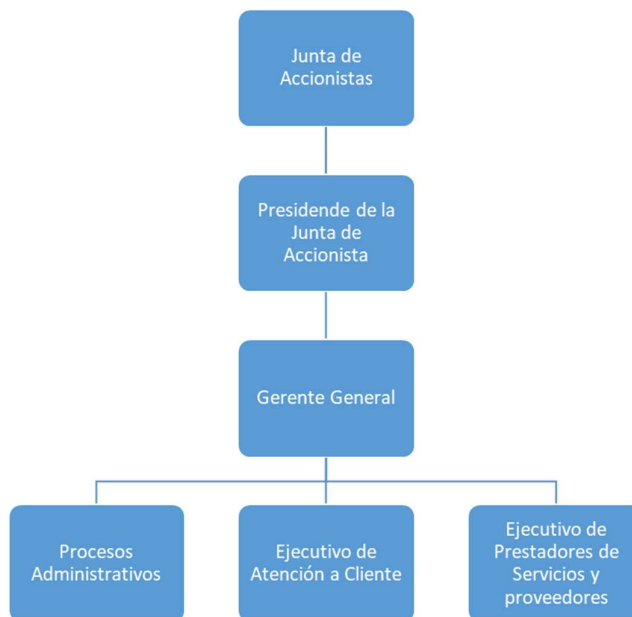


Ilustración 7. Organigrama Institucional

**Elaborado por:** Investigador

La junta de accionistas se constituye en el organismo máximo de la empresa, son los encargados de nombrar a los administradores y organismos de control, así como de cumplir con todas las disposiciones de la Ley de Compañías.

El presidente de la junta de accionistas será el primer representante de los accionistas y su responsabilidad radica en controlar que se cumplan las disposiciones de la junta de accionistas, no es un empleado de la empresa.

El Gerente general será el encargado de la representación legal de la empresa y de definir las estrategias a seguir, evalúa resultados y al personal de la empresa.

El responsable de procesos administrativos dará apoyo a la gerencia y tendrá formación en contabilidad, realizará los procesos contables y tributarios, compartirá con la gerencia los procesos de gestión del talento humano, y ejecutará otros procesos administrativos.

El ejecutivo de servicios al cliente será el contacto con los clientes, realizará el seguimiento post venta, evaluará las reseñas de clientes, recibirá las llamadas, verificará agendas y coordinará el seguimiento y resolución de quejas.

El ejecutivo de prestadores de servicios y proveedores debe tener conocimientos en sistemas para ser el nexo de comunicación con el desarrollador del sistema y la empresa que prestará el servicio de servidores, así como apoyará los requerimientos internos en sistemas, verificará el cumplimiento de estándares de calidad en todas las actividades de la organización, servicios prestados a clientes, evaluación general del servicio, calificación de proveedores y prestadores de servicios.

#### **6.4. Empleados**

Los puestos que se requerirán para ejecutar las operaciones son:

- Gerente General (1)
- Ejecutivo de procesos administrativos (1)
- Ejecutivo de Servicios al cliente y ventas (1)
- Ejecutivo de Gestión de proveedores y prestadores de servicios (1)



Como se indicó anteriormente todos los cargos serán contratados una vez cumplido con el proceso de selección pertinente que será ejecutado por el Gerente.

Por Ley en el Ecuador se tendrá un contrato de plazo fijo, con tres meses de prueba, los salarios se establecerán en función del mercado y cumpliendo con las leyes vigentes.

Se establecerán procesos de capacitación de acuerdo a las necesidades de cada cargo, estas necesidades se establecerán como parte del sistema de evaluación de personal que se ejecutará dos veces por año.

La estructura propuesta se completará en función de las necesidades del negocio y de sus resultados financieros, El costo estimado de la estructura al quinto año de operación se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 7. Sueldos y otros beneficios a empleados

Cargo	Año 5							Total
	Sueldos y Salarios mes	Sueldos y Salarios año	Aporte patronal	Decimo Tercer Sueldo	Bono Educativo	Fondo de Reserva	Vacaciones	
Gerente General	700,00	8.400,00	936,60	700,00	434,45		350,00	10.821,05
Ejecutivo de procesos administrativos	434,45	5.213,36	581,29	434,45	434,45		217,22	6.880,76
Ejecutivo de Servicios al cliente y ventas	434,45	5.213,36	581,29	434,45	434,45	434,45	217,22	7.315,21
Ejecutivo de Gestión de proveedores y prestadores de servicios	434,45	5.213,36	581,29	434,45	434,45	434,45	217,22	7.315,21
<b>Total</b>	<b>2.003,34</b>	<b>24.040,07</b>	<b>2.680,47</b>	<b>2.003,34</b>	<b>1.737,79</b>	<b>868,89</b>	<b>1.001,67</b>	<b>32.332,23</b>

Elaborado por: Investigador

## 6.5. Organizaciones de Apoyo

Para complementar sus actividades y en algunos casos para impulsarlas, se buscará el apoyo de entidades financieras, asesoría legal para el diseño de los contratos, su registro y otros temas relacionados con la constitución del negocio y sus operaciones.

Se buscará alianzas con entidades relacionadas con la venta de materiales necesarios para la prestación de servicios, así como de servicios complementarios.

## Capítulo 7 Análisis Legal y Social

### 7.1. Aspectos Legales

**Tipo de Compañía:** Se ha escogido constituir la compañía como una Compañía Anónima, según la Ley de Compañías vigente en el Ecuador.

Según lo estipulado en la Ley, una Compañía Anónima es aquella donde el capital social está dividido en acciones negociables, estas acciones corresponden al valor aportado por los accionistas, quienes son responsables por las operaciones de la empresa hasta por el valor de las acciones que posean.

El nombre de la compañía deberá tener el identificativo del tipo de sociedad a la que corresponde, para nuestro caso será All Services S.A.

#### **Requisitos para su conformación:**

- Seleccionar el nombre y realizar la revisión de no existencia en la Superintendencia de Compañías.
- Realizar una escritura pública de constitución, que deberá registrarse en el Registro Mercantil de la ciudad en la que se constituye.
- La escritura pública debe estar firmada por todos los socios fundadores con el compromiso de aportar el valor total del capital social.
- Al momento de la constitución se debe suscribir la totalidad del capital social, pero solo es necesario pagar al menos la cuarta parte.
- Se requieren mínimo dos socios para su constitución.
- Los socios deben estar legalmente habilitados para poder suscribir la escritura de constitución.
- La escritura de constitución debe contener (Compañías, 2016):
  - El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
  - El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la
  - compañía y su voluntad de fundarla;

- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el
- valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- La indicación de lo que cada socio suscribe y pagará en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado y la declaración juramentada, que deberán hacer los accionistas fundadores, sobre la correcta integración y pago del capital social, conforme lo indica el segundo inciso del artículo 147 de la Ley de Compañías.
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- Las normas de reparto de utilidades;
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

**Pasos para su conformación:**

Con el nuevo sistema de constitución electrónica de compañías, los pasos a seguir son:

- Registrarse como usuario en la página de la Superintendencia de compañías
- Seleccionar el nombre
- Realizar la reserva de la denominación
- Elaborar escritura de constitución
- Requerir los documentos habilitantes a los accionistas.
- Realizar el registro de constitución en la página de la Superintendencia de compañías.

- Una vez ingresado en el portal se deben llenar los datos relacionados con la identificación y actividad de la compañía, sus accionistas y los datos de identificación de estos y formas de contacto, el registro de representantes legales y sus formas de contacto.
- Se deben cargar los documentos habilitantes
- Escoger la notaria en la que se realizará el registro de la escritura de constitución.
- Inscripción en el Registro mercantil
- Inscripción en el SRI para la obtención del registro único de contribuyentes.

### **Aspectos tributarios:**

En cumplimiento con la Ley de Régimen Tributario Interno en el Ecuador, la compañía se constituirá en agente de retención y percepción de IVA, será agente de retención en la fuente y estarán el a obligación de presentar declaraciones mensuales de Iva, retenciones en la fuente y declaración anual del Impuesto a la renta y sus anticipos.

También tendrá la obligación de presentar anexos transaccionales, anexo de accionistas socios y participes, anexo de dividendos, utilidades o beneficios y el anexo de relación de dependencia.

Al constituirse como compañía tiene ante el SRI la obligación de tributar el 22% de sus utilidades. El impacto en este aspecto puede ser mayor si consideramos que el pago del anticipo de impuesto a la renta no se calcula sobre la proyección de las utilidades sino sobre otros aspectos del giro del negocio, y este anticipo se constituye como impuesto mínimo.

### **7.2. Aspectos de Legislación Urbana**

En cuanto a legislación urbana no existe ninguna norma municipal que regule este tipo de negocios; existen normas generales para el funcionamiento de negocios que requieren que la empresa cumpla con registro y pago de tasas como Patente, Permiso de funcionamiento, contribución a cuerpo de bomberos, así como el aporte del uno por mil sobre los activos totales.

## Capítulo 8 Análisis Económico

### 8.1. Activos fijos

Para el desarrollo de las operaciones de All Services, esta debe realizar una inversión en activos fijos, esta inversión según las necesidades de la operación se detalla a continuación:

*Tabla 8. Activos fijos y otros gastos iniciales*

Descripción	Año 1		Año 2		Año 5	
	Cantidad	Costo Total	Cantidad	Costo Total	Cantidad	Costo Total
Computador Portatil	0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	2.400,00
Computadores de escritorio	1,00	1.000,00	1,00	1.000,00	0,00	0,00
Escritorios	1,00	600,00	1,00	600,00	2,00	1.200,00
Sillas ejecutivas	1,00	250,00	1,00	250,00	2,00	500,00
Sillas para visitas	2,00	340,00	0,00	0,00	2,00	340,00
Archivadores Aereos	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	350,00
Archivadores Grandes	1,00	500,00	0,00	0,00	1,00	500,00
Sofa para sala de espera	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mesa para sala de espera	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Central telefonica	1,00	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Telefonos	1,00	200,00	0,00	0,00	3,00	600,00
Equipos de comunicación	1,00	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Acondicionadores de aire	1,00	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total Equipos y Muebles</b>		<b>6.490,00</b>		<b>1.850,00</b>		<b>5.890,00</b>

**Elaborado por:** Investigador

#### Inversión Software

Descripción	Valor
Desarrollo de sitio Web	13.000,00
<b>Total</b>	<b>13.000,00</b>

#### Otros gastos para inicio de operaciones

Descripción	Valor
Adecuaciones de oficina	0,00
Levantamiento inicial de Datos	4.000,00
Gastos de constitución	3.000,00
<b>Total</b>	<b>7.000,00</b>

**Inversión Total para inicio operaciones 26.490,00**

## 8.2. Inversión en Capital de trabajo

Para el cálculo del capital de trabajo requerido se considera lo siguiente:

- Inventario de materiales equivalente a tres meses de ventas
- Gastos equivalentes a tres meses de operaciones
- El valor equivalente a seis días de pago a prestadores de servicios

Tabla 9. Capital de trabajo

Capital de trabajo		USD
Inventario		43
Requerimiento para pago de servicios		20
Egresos personal		1.528
Egresos otros gastos		2.484
Egresos pago capital		408
Egresos pago intereses		200
Egresos transferencia de IVA		14
Egresos retenciones en la fuente		0
<b>Capital de trabajo requerido</b>		<b>4.697</b>

## 8.3. Presupuesto de Ingresos

Para establecer el presupuesto de ingresos se ha considerado el número de clientes potenciales, el nivel de desempleo, el número de perceptores de ingresos por hogar, los servicios más requeridos por los encuestados y la estimación de la frecuencia con que serán solicitados.

### 8.3.1. Número de Clientes

Tabla 10. Determinación clientes

<b>Clientes potenciales</b> (Referencia Tabla 4)		7.050
<b>Estimación de ingresos por clientes potenciales</b>		<b>4.162.990</b>
	<b>Datos</b>	<b>Fuente</b>
Desempleo	6,68%	BCE
Perceptores de Ingresos	1,60	INEC
<b>Base de calculo de clientes</b>		3.290
<b>Porcentaje de captación de clientes por año</b>		<b>20%</b>
Clientes año 1		658
Clientes por mes		55

### 8.3.2. Estimación de precio

Para la estimación de precios que se utilizarán de base para los presupuestos, se considera el costo promedio del mercado que a marzo del 2018 pagan los clientes por los mismos servicios, más las comisiones para los medios de pago, impuestos, y el margen para All Services; se estiman el tipo y número de servicios a realizar por mes, y se establece el precio promedio unitario por tipo de servicio prestado, el detalle se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 11. Estimación de precios

	Unitario	Visitas	Total	Observación
<b>Servicio Eléctrico</b>				
Servicio Básico	19,62	100	1.962	Revisión, cambio fusibles, cambiar interruptores
Instalación eléctrica	32,05	50	1.603	Revisión de fases, instalación de mínimo 3 puntos
<b>Promedio</b>	<b>23,76</b>	<b>150</b>	<b>3.565</b>	
<b>Gasfitería</b>				
Servicio Básico	20,09	100	2.009	Cambiar llaves u otras piezas de cañería
Instalaciones	28,03	50	1.402	
<b>Promedio</b>	<b>22,74</b>	<b>150</b>	<b>3.411</b>	
<b>Limpieza de Domicilios</b>				
Medio día	20,00	200	4000	El valor y tiempo de servicio depende de las dimensiones y de lo exhaustivo del proceso
<b>Promedio</b>	<b>20,00</b>	<b>200</b>	<b>4.000</b>	
<b>Albañilería</b>				
Obra civil	5,52	50	276	Precio por metro cuadrado de trabajo ejecutado, acumula el valor
Servicio Baldosas	7,39	50	369,5	si tiene obra civil, enlucido, empastado, pintado y colocar baldosas
Pintura	5,52	50	276	Para el calculo se considera el promedio de un trabajo básico que
Enlucido	5,52	50	276	suma obra civil+enlucido+pintura u obra civil+enlucido+baldosas
<b>Promedio</b>	<b>17,50</b>	<b>50</b>	<b>875</b>	
Total			11.850	

Elaborado por: Investigador

### 8.3.3. Composición del precio

La composición del precio debe considerar el valor del pago al proveedor del servicio, la comisión a la emisora de tarjetas de pago, el valor del IVA y el margen correspondiente a ALL Services, este margen debe cubrir los otros gastos requeridos para la operación de la empresa.

Tabla 12. Composición de precios

Solo Mano de Obra	Precio	Comisión All Services				Costo Variable valor 6,80%	IVA 12%	Valor total Servicio	Retención Banco 4,58%	Retención Paymentez 1,68%	Pago	Comisión tarjeta base precio	plataforma de pago base precio
		Fija	% Variable	Valor Variable	Total								
<b>Servicio Eléctrico</b>													
Mantenimiento general total	150,00	6,00	4%	6,00	12,00	11,02	20,76	193,78	7,92	3,12	182,74	4,89%	1,93%
Revisión, cambio fusibles, cambiar interruptor	10,00	6,00	4%	0,40	6,40	1,12	2,10	19,62	0,8	0,32	18,50	4,88%	1,95%
Instalación por punto - 110	10,00	6,00	4%	0,40	6,40	1,12	2,10	19,62	0,8	0,32	18,50	4,88%	1,95%
Instalación por punto - 220	20,00	6,00	4%	0,80	6,80	1,82	3,43	32,05	1,31	0,52	30,22	4,89%	1,94%
Caja de Breaker	80,00	6,00	4%	3,20	9,20	6,07	11,43	106,70	4,36	1,72	100,62	4,89%	1,93%
Acometida principal - metro lineal	5,00	6,00	4%	0,20	6,20	0,76	1,44	13,40	0,55	0,22	12,63	4,91%	1,96%
Tejido de manguera en loza	150,00	6,00	4%	6,00	12,00	11,02	20,76	193,78	7,92	3,12	182,74	4,89%	1,93%
Revisión de fases - depende del daño \$ 30 - \$60	45,00	6,00	4%	1,80	7,80	3,59	6,77	63,16	2,58	1,02	59,56	4,89%	1,93%
<b>Servicio domestico</b>													
Medio Dia	10,00	6,32	4%	0,40	6,72	1,14	2,14	20,00	0,82	0,32	18,86	4,90%	1,91%
<b>Gasfiteria</b>													
Cambiar llaves o accesorios (básico)	10,00	6,00	8%	0,80	6,80	1,14	2,15	20,09	0,82	0,32	18,95	4,88%	1,90%
Instalación - por metro	6,00	4,00	8%	0,48	4,48	0,71	1,34	12,53	0,51	0,2	11,82	4,87%	1,91%
Cambio inodoros / lavamanos	40,00	6,00	8%	3,20	9,20	3,35	6,31	58,86	2,41	0,95	55,50	4,90%	1,93%
Instalación - por metro	18,00	4,00	8%	1,44	5,44	1,59	3,00	28,03	1,15	0,45	26,43	4,91%	1,92%
<b>Albañileria</b>													
Obra civil - por metro	3,00	1,50	4%	0,12	1,62	0,31	0,59	5,52	0,23	0,09	5,20	4,98%	1,95%
Servicio Baldosas - por metro	4,50	1,50	4%	0,18	1,68	0,42	0,79	7,39	0,3	0,12	6,97	4,85%	1,94%
Pintura - por metro	3,00	1,50	4%	0,12	1,62	0,31	0,59	5,52	0,23	0,09	5,20	4,98%	1,95%
Enlucido - por metro	3,00	1,50	4%	0,12	1,62	0,31	0,59	5,52	0,23	0,09	5,20	4,98%	1,95%
<b>Materiales</b>	21,34	2,00	4%	0,85	2,85	1,65	3,10	28,94	1,18	0,47	27,29	4,88%	1,94%

Elaborado por: Investigador



### 8.3.4. Precios de otros ingresos

**Publicidad.** - La publicidad está orientada a pequeños negocios, se presentará en banner vertical a un lado de la pantalla, y los precios se fijan en Estándar (medio banner) y Full (banner completo).

Tabla 13. Precios publicidad

Publicidad			Clientes potenciales	
Categoría	Unidad de Venta	Valor US\$/mes	Cantidad de clientes	Valor US\$/mes
Estándar	medio Banner	10	50	500
Full	Banner completo	20	50	1.000

**Venta de Materiales.** - La venta de materiales se constituye en un complemento perfecto a los servicios ofrecidos por All Services, de la investigación realizada se estableció un listado de los materiales de uso más frecuente durante la prestación de estos servicios, este listado es la base para establecer el valor de la venta promedio.

Se estimó que la cantidad de clientes que utilicen este beneficio complementario será del 10% de los clientes potenciales del primer año y llegará al 70% en el quinto año de operaciones.

Tabla 14. Precios Materiales

Composición del Precio	Venta de materiales US\$/visita
Costo promedio materiales	16,34
Transporte	5,00
Margen All Service	2,85
Costos Variables	6,80%
IVA	12,00%
<b>Total</b>	<b>28,94</b>
Margen All Services	9,86%

### 8.3.5. Presupuesto de Ingresos

Tabla 15. Presupuesto de Ingresos

Presupuesto de Ingresos																	
	Enero	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agsto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número Clientes																	
Servicios	4	6	8	12	14	16	16	18	20	20	28	28	190	750	1.860	3.690	7.020
Publicidad	2	3	4	4	4	5	6	7	7	7	7	7	63	116	174	244	303
	<b>US\$</b>																
Ingreso Ventas netas de Servicios al contado sin IVA	114	207	282	396	450	509	509	602	657	657	939	939	6.260	26.032	64.545	128.026	243.648
Ingreso Ventas netas de Publicidad al contado sin IVA	20	30	50	50	50	60	70	90	90	90	90	90	780	1.470	2.160	3.140	3.980
Ingreso Ventas netas de materiales al contado sin IVA	0	26	26	26	52	52	103	103	129	129	181	181	1.008	8.218	27.031	64.529	144.046
<b>Total Ventas netas sin IVA</b>	<b>134</b>	<b>263</b>	<b>358</b>	<b>472</b>	<b>551</b>	<b>621</b>	<b>683</b>	<b>795</b>	<b>876</b>	<b>876</b>	<b>1.210</b>	<b>1.210</b>	<b>8.047</b>	<b>35.720</b>	<b>93.736</b>	<b>195.695</b>	<b>391.674</b>
IVA	16	32	43	57	66	74	82	95	105	105	145	145	966	4.286	11.248	23.483	47.001
Total Ventas con IVA	150	294	401	528	618	695	764	891	981	981	1.355	1.355	9.013	40.006	104.984	219.178	438.675
<b>Total ingresos</b>	<b>150</b>	<b>294</b>	<b>401</b>	<b>528</b>	<b>618</b>	<b>695</b>	<b>764</b>	<b>891</b>	<b>981</b>	<b>981</b>	<b>1.355</b>	<b>1.355</b>	<b>9.013</b>	<b>40.006</b>	<b>104.984</b>	<b>219.178</b>	<b>438.675</b>
<b>Retención en la fuente</b>																	
2%	3	5	7	9	10	11	12	14	15	15	21	21	141	550	1.334	2.623	4.953
1%	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	10	82	270	645	1.440
70%	11	20	28	37	42	48	49	58	63	63	86	86	591	2.310	5.603	11.018	20.801
30%	0	1	1	1	2	2	4	4	5	5	7	7	36	296	973	2.323	5.186
<b>Efectivo recibido</b>	<b>136</b>	<b>268</b>	<b>365</b>	<b>481</b>	<b>563</b>	<b>634</b>	<b>699</b>	<b>814</b>	<b>897</b>	<b>897</b>	<b>1.239</b>	<b>1.239</b>	<b>8.235</b>	<b>36.768</b>	<b>96.804</b>	<b>202.568</b>	<b>406.295</b>

Elaborado por: Investigador

La base de este presupuesto se encuentra en el anexo 15.3 Flujo de clientes.

### 8.3.6. Presupuesto de Costos de Insumos y Servicios

Tabla 16. Presupuesto de insumos y servicios

Presupuesto de Servicios e Insumos																	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
US\$																	
Valor total de Servicios Sin IVA	69	125	171	240	272	308	308	364	397	397	567	567	3.785	15.771	39.102	77.560	147.605
Valor total de insumos sin IVA	0	21	21	21	43	43	85	85	107	107	149	149	832	6.786	22.322	53.286	118.949
<b>Total Servicios netos sin IVA</b>	<b>69</b>	<b>146</b>	<b>192</b>	<b>261</b>	<b>315</b>	<b>351</b>	<b>393</b>	<b>449</b>	<b>504</b>	<b>504</b>	<b>717</b>	<b>717</b>	<b>4.617</b>	<b>22.557</b>	<b>61.423</b>	<b>130.846</b>	<b>266.554</b>
IVA	0	3	3	3	5	5	10	10	13	13	18	18	100	814	2.679	6.394	14.274
<b>Total Servicios con IVA</b>	<b>69</b>	<b>149</b>	<b>194</b>	<b>264</b>	<b>320</b>	<b>356</b>	<b>404</b>	<b>459</b>	<b>516</b>	<b>516</b>	<b>735</b>	<b>735</b>	<b>4.717</b>	<b>23.372</b>	<b>64.102</b>	<b>137.240</b>	<b>280.828</b>
Retención en la fuente	1%	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	8	68	223	533	1.189
<b>Efectivo pagado</b>	<b>69</b>	<b>149</b>	<b>194</b>	<b>263</b>	<b>319</b>	<b>355</b>	<b>403</b>	<b>459</b>	<b>515</b>	<b>515</b>	<b>733</b>	<b>733</b>	<b>4.709</b>	<b>23.304</b>	<b>63.879</b>	<b>136.707</b>	<b>279.639</b>

Elaborado por: Investigador

### 8.3.7. Presupuesto de Mano de obra

Tabla 17. Presupuesto de mano de obra

Presupuesto de Mano de obra																	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
US\$																	
Sueldos	386	386	386	386	386	386	386	386	386	386	386	386	4.632	9.542	9.828	10.123	24.040
Prestaciones Sociales	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	1.481	3.449	3.962	4.081	8.292
<b>Total Mano de Obra</b>	<b>509</b>	<b>509</b>	<b>509</b>	<b>509</b>	<b>509</b>	<b>509</b>	<b>509</b>	<b>509</b>	<b>509</b>	<b>509</b>	<b>509</b>	<b>509</b>	<b>6.113</b>	<b>12.991</b>	<b>13.791</b>	<b>14.204</b>	<b>32.332</b>

Elaborado por: Investigador

### 8.3.8. Presupuesto de otros gastos

Tabla 18. Presupuesto de otros gastos

Presupuesto de Otros gastos	Inflación esperada												3%	3%	3%	3%	
	Enero	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>US\$</b>																	
Arrendamiento de Servidor	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	431	431	862	862	862
Servicio de Internet	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	847	872	898	925	953
Servicio Plataforma de pago	2	4	6	8	9	10	11	13	14	14	19	19	128	573	1.507	3.148	6.304
Servicio Telefonico	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	247	255	262	270
Servicio Eléctrico	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600	618	637	656	675
Publicidad	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600	3.708	3.819	3.934	4.052
Mantenimiento Equipos	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600	618	637	656	675
Mantenimiento Software	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	2.000	2.060	2.122	2.185	2.251
Impuestos Locales	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	330	340	350	361	371
Gestión	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200	1.236	1.273	1.311	1.351
Servicios Financieros	5	11	14	19	22	25	28	32	35	35	49	49	326	1.454	3.824	7.989	15.999
<b>Total Otros Gastos</b>	<b>828</b>	<b>835</b>	<b>841</b>	<b>847</b>	<b>852</b>	<b>856</b>	<b>859</b>	<b>865</b>	<b>870</b>	<b>870</b>	<b>889</b>	<b>889</b>	<b>10.302</b>	<b>12.157</b>	<b>16.182</b>	<b>22.288</b>	<b>33.764</b>

Elaborado por: Investigador

### 8.3.9. Presupuesto de deducciones tributarias

Tabla 19. Presupuesto de deducciones tributarias

Deducciones tributarias	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	<b>US\$</b>				
Depreciaciones	838	1.236	1.236	919	1.694
Amortizaciones	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
<b>Total deducciones</b>	<b>4.838</b>	<b>5.236</b>	<b>5.236</b>	<b>4.919</b>	<b>5.694</b>

Elaborado por: Investigador

## Capítulo 9 Análisis Financiero

### 9.1. Flujo de caja

Tabla 20. Flujo de caja

Flujo de caja																	
US\$	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja Inicial		12.236	11.004	9.815	8.663	7.532	6.429	5.342	4.304	3.286	12.066	10.943		9.820	7.250	2.542	22.883
+ Ingresos de efectivo	136	268	365	481	563	634	699	814	897	897	1.239	1.239	8.235	36.768	96.804	202.568	406.295
= Total disponible	136	12.504	11.369	10.296	9.227	8.166	7.129	6.156	5.201	4.184	13.305	12.183	8.235	46.589	104.053	205.110	429.178
- Inversiones en activos fijos	6.490												6.490	1.850			5.890
- Inversiones en otros para inicio de negocios	20.000														20.000		
- Egresos efectivos insumos y servicios	69	149	194	263	319	355	403	459	515	515	733	733	4.709	23.304	63.879	136.707	279.639
- Egresos personal	509	509	509	509	509	509	509	509	509	509	509	509	6.113	12.991	13.791	14.204	32.332
- Egresos otros gastos	828	835	841	847	852	856	859	865	870	870	889	889	10.302	12.157	16.182	22.288	33.764
- Egresos pago capital										136	137	138	411	2.345	4.465	4.835	5.237
- Egresos pago intereses										67	66	65	197	1.001	1.618	1.248	846
- Egresos transferencia de IVA	4	6	9	12	13	16	15	18	19	19	26	26	184	623	1.354	2.412	4.064
Egresos retenciones en la fuente	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	8	68	223	533	1.189
- Distribución de utilidades																	
- Impuesto renta y otros																	
= Neto disponible	(27.764)	11.004	9.815	8.663	7.532	6.429	5.342	4.304	3.286	2.066	10.943	9.820	(40.180)	(7.750)	2.542	22.883	66.217
+ Aporte socios	40.000													40.000			
+ Préstamos										10.000			10.000	15.000			
<b>= Caja final</b>	<b>12.236</b>	<b>11.004</b>	<b>9.815</b>	<b>8.663</b>	<b>7.532</b>	<b>6.429</b>	<b>5.342</b>	<b>4.304</b>	<b>3.286</b>	<b>12.066</b>	<b>10.943</b>	<b>9.820</b>	<b>9.820</b>	<b>7.250</b>	<b>2.542</b>	<b>22.883</b>	<b>66.217</b>

Elaborado por: Investigador

## 9.2. Estado de resultados

Tabla 21. Estado de resultados

<b>Estado de Resultado</b>					
<b>US\$</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas Netas	8.047	35.720	93.736	195.695	391.674
- Costo de insumos y servicios	4.709	23.304	63.879	136.707	279.639
- Costo de personal	6.113	12.991	13.791	14.204	32.332
- Otros gastos	10.302	12.157	16.182	22.288	33.764
- Intereses	739	598	446	281	2.152
- Deducciones tributarias	4.838	5.236	5.236	4.919	5.694
= Utilidad gravable	(18.654)	(18.566)	(5.797)	17.295	38.093
- 15% Participación Trabajadores				2.594	5.714
- Impuesto a la renta				2.426	5.343
+ Retenciones recibidas				2.426	5.343
<b>= Utilidad Neta</b>	<b>(18.654)</b>	<b>(18.566)</b>	<b>(5.797)</b>	<b>14.701</b>	<b>32.379</b>

Elaborado por: Investigador

## **Capítulo 10** **Análisis de Riesgo e Intangibles**

### **10.1. Riesgos de mercado**

A marzo del 2018 no existe en el mercado un negocio que ofrezca los beneficios que brindará All Services, pero debido a las características del servicio se identifican los siguientes riesgos de mercado:

- Cambios en la situación económica del país que genere una disminución del número de clientes y afecte las estimaciones realizadas.
- El apareamiento de nuevos negocios que incursionen en la misma línea de prestación de servicios.
- Dificultad para adaptarse a los cambios tecnológicos, del mercado y a las exigencias de los clientes.
- Deserción de los prestadores de servicios que no se adapten a las nuevas condiciones de trabajo o incursionen en otras actividades.

### **10.2. Riesgos técnicos**

Considerando que el alojamiento del sitio web se realizará a través de servidores externos, estos dentro del servicio incluyen firewall, antivirus y otras medidas de protección de información, pero se mantiene el riesgo de que el sitio funcione con lentitud, o que el sitio se vea afectado por exceso de uso de los otros clientes que comparten el servidor externo, o por introducción de algún programa malicioso que afecte el funcionamiento del sitio web.

Existe el riesgo de que los clientes del sitio tengan dificultades para su uso, porque no están familiarizados con el funcionamiento, o porque no tengan facilidad de acceso al mismo, estas posibilidades se intentan minimizar con la facilidad de que puedan acceder con una llamada telefónica.

En cuanto al funcionamiento de la oficina, se mantiene el riesgo de falta de servicio eléctrico que afecte el contacto con la página, el servicio de internet y las comunicaciones

con los prestadores de servicios. Este tipo de riesgo solo se puede minimizar con el uso de generadores eléctricos los cuales no se contemplan en la primera etapa del proyecto.

Existe el riesgo de inconformidad con el servicio prestado, para lo cual se contempla que otro prestador de servicio evalúe el trabajo realizado y en función del resultado de la evaluación atender el requerimiento del cliente. La evaluación previa de los proveedores contempla visitas domiciliarias, validación de referencias personales y laborales, revisión de historial judicial, con esto se intenta minimizar este riesgo, así como el riesgo de seguridad que se pudiera presentar para los clientes al recibir a un extraño en sus domicilios. Anexo 15.2.

En el caso de la seguridad existe el riesgo de hackers, el cual se intenta minimizar contratando el servicio de hosting y plataforma de pagos con proveedores con altos niveles de seguridad.

### **10.3. Riesgos económicos**

Por el tipo de negocio se contemplan los siguientes riesgos económicos:

- Reducción en el precio de los servicios ofertados debido a una competencia generada en la negociación directa entre el prestador del servicio y el cliente.
- Incremento en el costo de los servicios, impulsado por los prestadores de servicios, lo cual se regulará manteniendo una amplia base de prestadores de servicios.
- Cambios en la legislación laboral del país que pueda afectar los valores a pagar a trabajadores.

### **10.4. Riesgos financieros**

Los riesgos financieros que se identifica dentro del negocio son:



- Incumplimiento de los pagos del crédito recibido, debido a una baja en las estimaciones de ventas.
- Pérdidas originadas en errores con los clientes, errores administrativos o fallas en controles internos en la compañía.

## Capítulo 11 Evaluación Integral del Proyecto

### 11.1. Valor Actual Neto

Para calcular el valor actual neto del proyecto, se inicia con el cálculo de la tasa de descuento, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Tasa de descuento} = (\text{Kd} * \text{D} (1-\text{T}) + \text{Ke} * \text{E}) / (\text{E}+\text{D}) * 100$$

D: Deuda financiera	25.000
E: Capital aportado por los accionistas	40.000
Kd: Coste de la deuda financiera	8%
T: El impuesto pagado sobre las ganancias	22%
Ke: Rentabilidad exigida por los accionistas	10%

Tasa de descuento obtenida para el proyecto al aplicar la fórmula es del 8,55%.

Obtenida la tasa de descuento aplicamos la fórmula del VAN a los flujos de caja netos de los 5 años evaluados.

Tabla 22. Flujos de caja netos

US\$	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujo de caja neto</b>	(65.000)	9.820	7.250	2.542	22.883	66.217

El VAN obtenido es \$ 11.601

### 11.2. Tasa Interna de retorno

La tasa interna de Retorno calculada para el proyecto es de 13%, lo que significa que, de cumplirse todas las estimaciones planteadas en el plan de negocios, All Services es un proyecto viable.

## Capítulo 12

### Cronograma de Implementación

*Tabla 23. Cronograma*

Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Actividad							
Creación de la Compañía	X						
Cumplimiento de requisitos legales	X						
Publicidad en redes sociales		X	X	X	X	X	
Diseño del Software		X	X				
Desarrollo del Software			X	X			
Pruebas del Software					X		
Contrato de Alquiler de Servidores					X		
Busqueda de prestadores de Servicio					X	X	
Carga de Información inicial al Software						X	
Pruebas de funcionamiento en Servidores					X	X	
Selección del Personal					X	X	
Contratación del personal						X	
Readecuación de Instalaciones						X	
Puesta en funcionamiento del software						X	
Puesta en funcionamiento oficial							X

**Elaborado por:** Investigador

## Capítulo 13 Conclusiones y Recomendaciones

### 13.1. Conclusiones

De la investigación realizada se obtienen las siguientes conclusiones:

- A marzo del 2018 existe una necesidad insatisfecha en la búsqueda de servicios personales, y sobre todo en la calidad y ejecución de estos.
- Existen una gama de servicios que los potenciales clientes requieren, de los cuales el servicio de limpieza, los servicios eléctricos, de gasfitería y de albañilería son los más solicitados y con los cuales All Servicios iniciará sus actividades.
- Existe en la población cierto nivel de desconfianza a negociar servicios por la red, pero en el país es cada vez más grande el número de transacciones que se realizan por este medio.
- El proyecto requiere una inversión inicial de \$ 34.572 que serán financiados por los accionistas, quienes aportarán \$ 40.000 como capital inicial.
- Con las estimaciones realizadas sobre flujo de clientes y considerando un proceso de crecimiento realista, se requerirá obtener dos créditos bancarios, el primero en el año 1 por un valor de \$ 10.000 y el segundo en el año 2 por \$ 15.000, ambos por un plazo de 5 años con una tasa del 8% anual.
- Se estima que los ingresos crecerán cada año en función del crecimiento del número de clientes hasta superar el 20% de la población objetivo en el año 5.
- El crecimiento de los gastos de operación se proyecta en no más del 3% anual.
- El Punto de equilibrio se alcanza en el año 4 al atender 189 clientes por mes.

- Del análisis financiero se concluye que el proyecto es rentable, considerando que se estima un VAN de \$ 11.601 y una TIR del 13%.

### **13.2. Recomendaciones**

- Iniciar con la ejecución de proyecto, poniendo especial atención al desarrollo de cada una de las etapas planteadas.
- Establecer acuerdos viables con los prestadores de servicios, buscando crear fidelización y estándares de calidad en la prestación de los servicios.
- Buscar acuerdos con proveedores de materiales que faciliten la logística y reduzcan los costos de tal forma que mejoren los márgenes y el beneficio a los clientes.
- Monitoreo constante de las necesidades de los clientes y de los avances tecnológicos que permitan definir estrategias para mantener e incrementar el flujo de clientes.
- Aplicar la evaluación de proveedores como un proceso minucioso y permanente que minimice los riesgos de seguridad para los clientes y permita la ejecución de los servicios con estándares mínimos de calidad.

## Capítulo 14 Referencias Bibliográficas

- Andrearrs. (5 de Mayo de 2014). *Hipertextual*. Obtenido de <https://hipertextual.com/archivo/2014/05/linux-servidores/>
- Compañías, S. d. (2016). *Constitución Electrónica de compañías*. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- DB-Engines*. (Diciembre de 2016). Obtenido de <http://db-engines.com/en/ranking>
- Durán, M. (5 de Agosto de 2015). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/comercio-electronico-ecommerce-emprendimiento-internet.html>
- Ecommerce, O. (8 de Enero de 2015). *Observatorio Ecommerce*. Obtenido de <http://observatorioecommerce.com/como-crece-el-comercio-electronico-en-el-mundo/>
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de Ecuador en Cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>
- INEC. (2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEC. (2013). *Mujeres y Hombres del Ecuador en cifras III*. Ecuador.
- INEC. (Septiembre de 2016). *ECUADOR EN CIFRAS*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Septiembre-2016/092016\\_ENEMDU.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Septiembre-2016/092016_ENEMDU.pdf)
- Lideres, R. (Julio de 2015). *Revista Lideres*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ventas-on-line-amplian-mercado.html>
- Pinterest*. (2016). Obtenido de <http://spectrum.ieee.org/static/index/1/0/1/1/1/50/1/50/1/50/1/30/1/30/1/30/1/20/1/20/1/5/1/5/1/20/1/100/>
- Tirado, J. (14 de Agosto de 2013). *WordPress*. Obtenido de <https://unaversiondigital.wordpress.com/2013/08/14/aumentan-los-presupuestos-para-los-centros-de-datos/>
- W3 Techs*. (2016). Obtenido de Web Technology Surveys: [https://w3techs.com/technologies/cross/web\\_server/ranking](https://w3techs.com/technologies/cross/web_server/ranking)

## Capítulo 15 Anexos

### 15.1. Estudio de Mercado

#### 15.1.1. Modelo de Encuesta

### Encuesta

All Services es una empresa de intermediación de servicios personales y domésticos y solicita su participación en esta encuesta sobre su interés en utilizar canales electrónicos y telefónicos para la contratación de este tipo de servicios. Sus respuestas serán utilizadas para fines de investigación y se guardará absoluta reserva.

1. Seleccione el rango de edad a la cual pertenece

25 – 29 años	<input type="checkbox"/>
30 – 34 años	<input type="checkbox"/>
35 – 39 años	<input type="checkbox"/>
40 – 44 años	<input type="checkbox"/>
45 – 49 años	<input type="checkbox"/>
50 – 54 años	<input type="checkbox"/>
55 – 59 años	<input type="checkbox"/>
60 años en adelante	<input type="checkbox"/>

2. ¿Cuál es su género?

Masculino

Femenino

3. ¿En qué sector de la ciudad vive?

---

4. Seleccione su nivel de instrucción

Primaria	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>
Tercer nivel	<input type="checkbox"/>
Cuarto nivel	<input type="checkbox"/>

5. De los siguientes servicios seleccione los que Ud. contrataría.

Gasfitería	<input type="checkbox"/>
Limpieza	<input type="checkbox"/>
Mensajería	<input type="checkbox"/>

Eléctrico	<input type="checkbox"/>
Albañilería	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

6. Indique la forma como consigue el servicio actualmente

---

7. ¿Ha realizado compras o contratados servicios por canales electrónicos o telefónicos? ¿con cuál empresa?

Si

No

---

8. Contrataría servicios personales y domésticos por medios electrónicos (web, app) o por teléfono si estos facilitarían el pago con tarjetas de crédito o débito

Si

No

9. Si su respuesta a la pregunta anterior es NO por favor indicar el motivo

---

10. Le gustaría que al contratar este tipo de servicios se tuviera la posibilidad de que la empresa de intermediación proveyera los materiales e insumos necesarios para realizar el trabajo.

Si

No

¿Por qué?

---

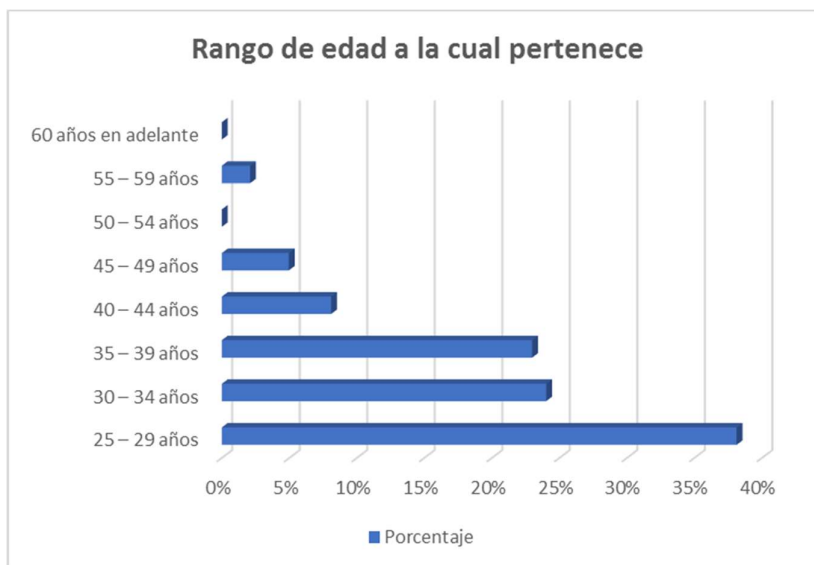
Gracias por su colaboración.

### 15.1.2. Resultados de encuestas

#### 1. Seleccione el rango de edad a la cual pertenece

Rangos de edad	Respuestas	
	Número	Porcentaje
25 – 29 años	146	38%
30 – 34 años	92	24%
35 – 39 años	88	23%
40 – 44 años	31	8%
45 – 49 años	19	5%
50 – 54 años	0	0%
55 – 59 años	8	2%
60 años en adelante	0	0%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

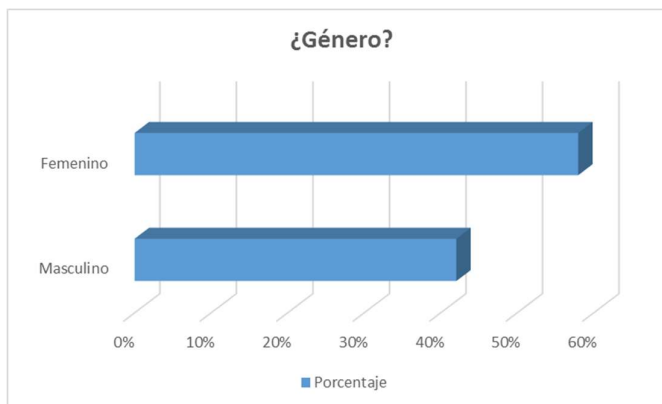




El resultado de la primera pregunta nos ayuda a determinar que las respuestas siguientes están dadas por personas que se ubican dentro de las condiciones del cliente objetivo.

**2. ¿Cuál es su género?**

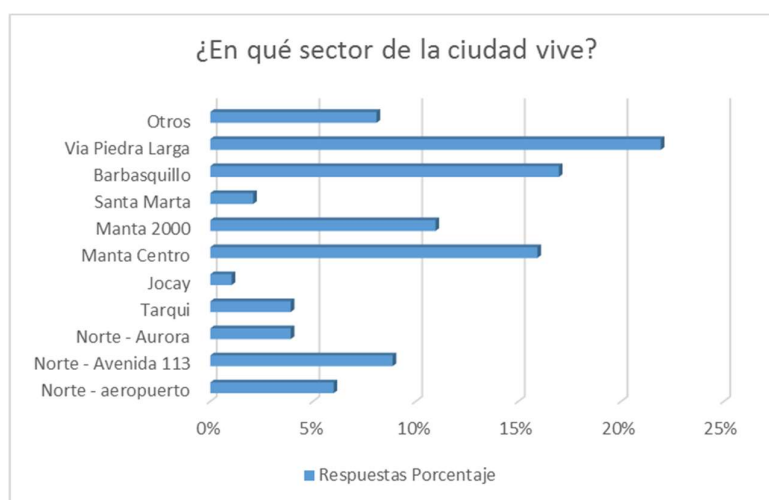
Género	Respuestas	
	Número	Porcentaje
Masculino	161	42%
Femenino	222	58%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>



El 58% de los encuestados son mujeres quienes generalmente son las que más se preocupan de las necesidades que se tienen en el hogar.

### 3. ¿En qué sector de la ciudad vive?

Sector	Respuestas	
	Número	Porcentaje
Norte - aeropuerto	23	6%
Norte - Avenida 113	34	9%
Norte - Aurora	15	4%
Tarqui	15	4%
Jocay	4	1%
Manta Centro	61	16%
Manta 2000	42	11%
Santa Marta	8	2%
Barbasquillo	65	17%
Via Piedra Larga	84	22%
Otros	31	8%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

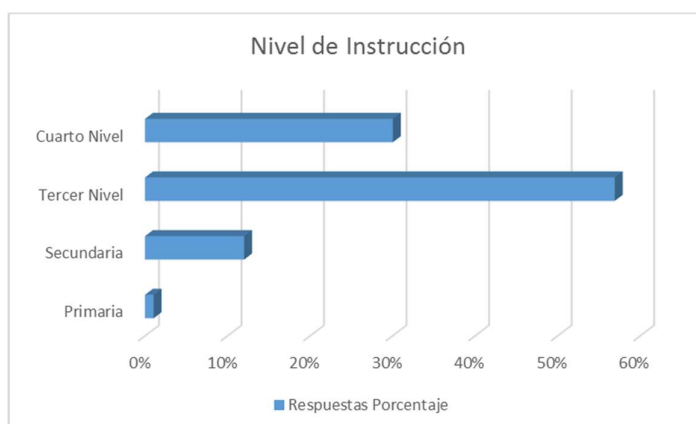


El resultado de esta pregunta muestra la diversidad de ubicación de los encuestados, y complementada con las siguientes preguntas debe darnos la idea de los sectores de la ciudad que más rápidamente accederán a los servicios de All Services.

El 50% de los encuestados corresponde a sectores de la ciudad con mayor crecimiento. 8% de los encuestados viven fuera de la ciudad de Manta.

### 4. Seleccione su nivel de instrucción

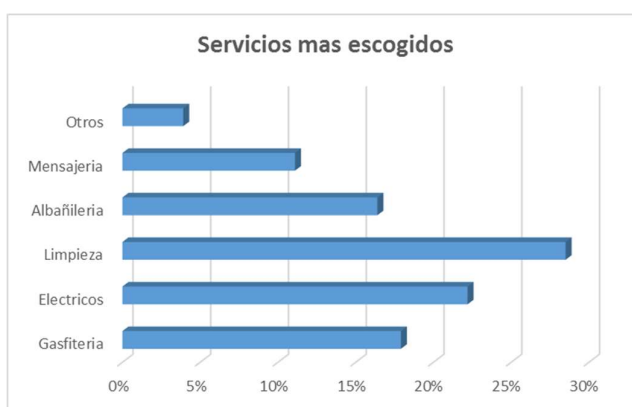
Nivel de instrucción	Respuestas	
	Número	Porcentaje
Primaria	4	1%
Secundaria	46	12%
Tercer Nivel	218	57%
Cuarto Nivel	115	30%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>



El 87% de los encuestados tienen educación superior, se espera que este sector de la población sea más propenso a utilizar los servicios de All Services, ya que se considera que una gran parte de los profesionales prefieren no realizar el tipo de servicios ofrecidos por All services, ya sea por falta de tiempo o por no ser de su agrado.

**5. De los siguientes servicios seleccione los que Ud. contrataría.**

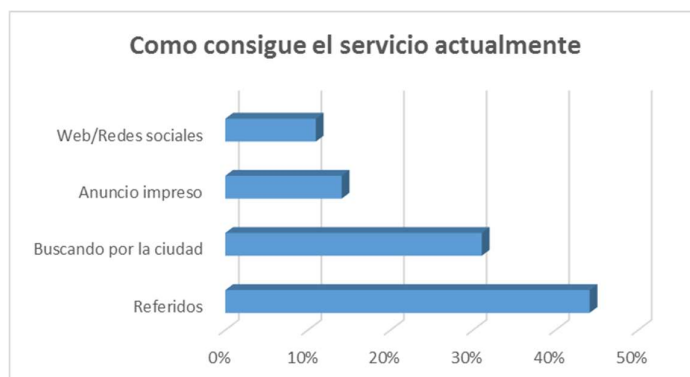
Servicios	Respuestas	
	Número	Porcentaje
Gasfiteria	142	18%
Electricos	176	22%
Limpieza	226	28%
Albañileria	130	16%
Mensajeria	88	11%
Otros	31	4%
<b>Total</b>	<b>793</b>	<b>100%</b>



Los tres servicios más escogidos son: limpieza, eléctricos y gasfitería, dentro de otros se mencionaron respuestas tan variadas como servicios legales, lavandería, entre otros. Los servicios más seleccionados son los primeros con los que debe iniciar las operaciones All Services.

## 6. Indique la forma como consigue el servicio actualmente

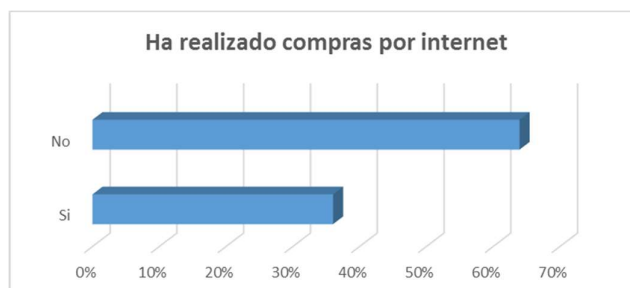
Forma	Respuestas	
	Número	Porcentaje
Referidos	169	44%
Buscando por la ciudad	119	31%
Anuncio impreso	54	14%
Web/Redes sociales	42	11%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>



Según el resultado de las encuestas la forma más común de contratar servicios actualmente es a través de referidos 44%, preguntando a familiares, amigos, vecinos, compañeros de trabajo, el 31% lo realiza buscando por su sector o por la ciudad con requerimiento mayor de tiempo y paciencia. El 25% restante a través de anuncios, publicidad, redes sociales, la radio y alguna otra forma.

## 7. ¿Ha realizado compras o contratados servicios por canales electrónicos o telefónicos? ¿Con cuál Empresa?

Respuesta	Respuestas	
	Número	Porcentaje
Si	138	36%
No	245	64%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>



Solo el 36% de los encuestados ha realizado compras por internet o por teléfono, lo cual es consecuente con los estudios que indican que el comercio electrónico en el País es pequeño, pero está en franco crecimiento, todavía existe desconfianza respecto de

realizar compras así debido a malas experiencias sobre depósitos anticipados que no recibieron los bienes negociados.

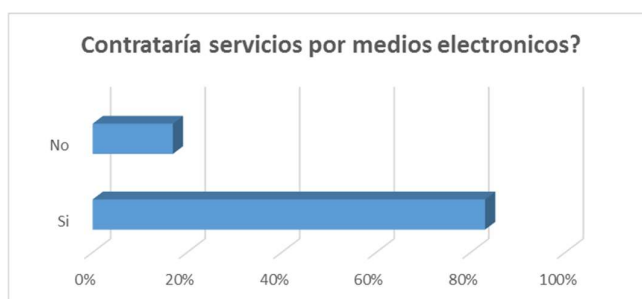
Dentro de las personas que si han realizado compras por internet o por teléfono las empresas más mencionadas son:

Empresa	Porcentaje
OLX	16%
Ebay	5%
Amazon	26%
Mercado Libre	21%
Deprati	11%
Tventas	5%
Call & Buy	5%
Despegar	5%
Fybeca	5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

La mayor parte corresponde a compras de bienes, aprovechando mejores precios y algunos beneficios tributarios.

**8. ¿Contrataría servicios personales y domésticos por medios electrónicos (web, app) o por teléfono si estos facilitarían el pago con tarjetas de crédito o débito?**

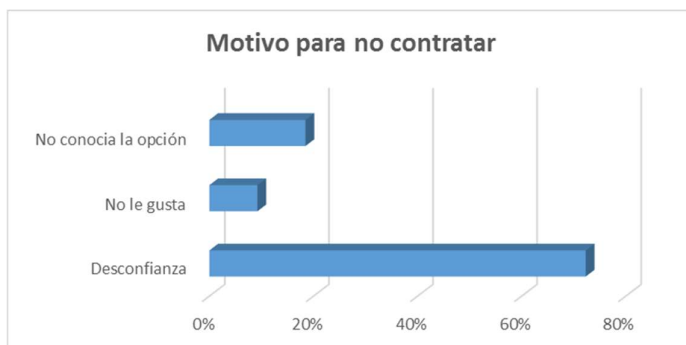
Respuesta	Respuestas	
	Número	Porcentaje
Si	318	83%
No	65	17%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>



El 83% de los encuestados está abierto a la contratación de los servicios por medios electrónicos.

**9. Si su respuesta a la pregunta anterior es NO por favor indicar el motivo**

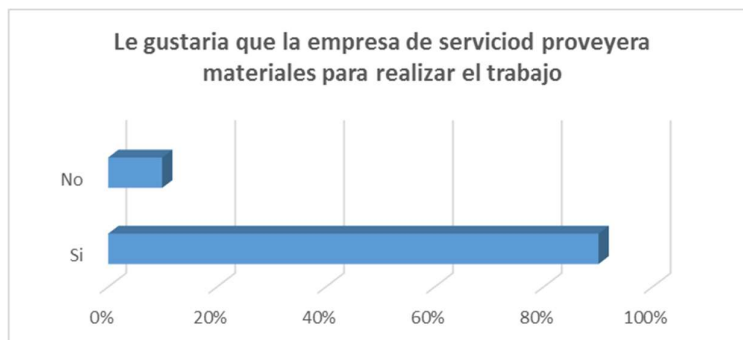
Motivo	Respuestas	
	Número	Porcentaje
Desconfianza	47	72%
No le gusta	6	9%
No conocía la opción	12	18%
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>



El 17% de las personas encuestadas no contratarían este tipo de servicios a través de medios electrónicos, al consultarle el motivo el 72% no confía en este tipo de medio debido a los múltiples casos de fraudes presentados.

**10. ¿Le gustaría que al contratar este tipo de servicios se tuviera la posibilidad de que la empresa de intermediación proveyera los materiales e insumos necesarios para realizar el trabajo?**

Respuesta	Respuestas	
	Número	Porcentaje
Si	345	90%
No	38	10%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>



El 90% de las personas encuestadas prefieren que junto con el servicio se provea los materiales requeridos para ejecutarlo. Los motivos planteados son:

Motivo	Respuestas	
	Número	Porcentaje
<b>Si</b>		
Servicio Completo	112	29%
Practicidad/Falta de tiempo	207	54%
Ahorrar dinero	32	8%
Facilidad de pago	21	5%
<b>No</b>		
Compra personal	11	3%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Los motivos más recurrentes son falta de tiempo, facilitar el proceso, dificultad para conseguir los materiales, los servicios deben ser integrales, facilidad de pago.

Dentro de los aspectos negativos algunas personas consideran que es más barato realizar la compra personalmente.

### **15.1.3. Modelo de preguntas de entrevista para los prestadores de Servicios**

1. ¿Qué tipo de servicios presta actualmente?
2. ¿Cuánto tiempo tiene dedicado a esta actividad?
3. ¿Tiene algún nivel de instrucción formal que le acredite para la prestación del servicio?
4. ¿De qué nivel socio económico son los clientes que generalmente atiende?
5. ¿Cuál es el canal por el cual da a conocer su servicio?
6. ¿Cuál es el promedio de clientes que atiende por día, semana o mes?
7. ¿Los clientes generalmente aceptan el precio establecido o negocian un descuento?
8. ¿Cuáles son los principales problemas que se le presentan para conseguir clientes?
9. ¿Cuáles son los principales problemas que se le presentan al momento de prestar el servicio?
10. ¿Tiene alguna dificultad para movilizarse si la prestación del servicio lo requiere?
11. ¿Cuenta con las herramientas necesarias para prestar el servicio que ofrece?
12. ¿Pertenece a alguna asociación o gremio del servicio que presta?
13. ¿Considera que los precios que fija por sus servicios son comunes entre los demás prestadores del mismo servicio?
14. ¿Mantiene una tabla de precios por los servicios que ofrece o los fija en el momento de negociar?
15. ¿Lleva un registro o agenda de clientes?
16. ¿Cuántas personas trabajan con usted para prestar el servicio?
17. ¿Estaría dispuesto a trabajar prestando sus servicios a los clientes de una empresa de intermediación?

### **15.1.4. Resultados de las entrevistas**

La entrevista se aplicó a 20 personas que actualmente se dedican a la prestación de servicios personales y domésticos, sus respuestas nos dan una visión de cómo se desarrolla actualmente esta actividad en la ciudad de Manta, a continuación, un resumen de las respuestas:

#### **1. ¿Qué tipo de servicios presta actualmente?**

De las personas entrevistadas 6 se dedican al servicio doméstico, 5 a servicio eléctrico, 4 gasfitería y 5 a la albañilería; dentro de las personas entrevistas algunas realizan diferentes tipos de servicios, esto debido a que durante el tiempo dedicado a trabajo independiente han aprendido a ejecutar otras actividades.

#### **2. ¿Cuánto tiempo tiene dedicado a esta actividad?**

Entre las personas entrevistadas el promedio de años dedicados a esta actividad es de 15 años.

**3. ¿Tiene algún nivel de instrucción formal que le acredite para la prestación del servicio?**

Las personas que se dedican al servicio eléctrico tienen estudios en un instituto técnico de la ciudad, 4 terminaron sus estudios de colegio, 6 realizaron los primeros años de colegio y 5 solo terminaron la primaria.

**4. ¿De qué nivel socio económico son los clientes que generalmente atiende?**

Generalmente y dependiendo del servicio atienden a moradores de sus sectores y referidos que se pueden clasificar como clase media.

**5. ¿Cuál es el canal por el cual da a conocer su servicio?**

En la mayoría de los casos tienen carteles en sus casas que ofrecen el servicio, sus clientes llegan por referencias, esto para el caso del servicio doméstico es la única forma de promover sus servicios, un solo caso visita locales de materiales ofreciendo tarjetas de presentación a los clientes.

**6. ¿Cuál es el promedio de clientes que atiende por día, semana o mes?**

El promedio de clientes atendidos por semana es de 4; esto debido a que existen días en los que no tienen actividad.

**7. ¿Los clientes generalmente aceptan el precio establecido o negocian un descuento?**

Es costumbre general que los clientes soliciten rebajar el precio establecido.

**8. ¿Cuáles son los principales problemas que se le presentan para conseguir clientes?**

Con excepción de un caso, para los demás el principal problema radica en que no tienen formas adicionales de promocionar sus servicios y dependen exclusivamente de que los clientes los busquen.

**9. ¿Cuáles son los principales problemas que se le presentan al momento de prestar el servicio?**

La desconfianza, la falta de información del cliente al momento de contratar el servicio, falta de materiales.

**10. ¿Tiene alguna dificultad para movilizarse si la prestación del servicio lo requiere?**

De forma general no tienen dificultad para movilizarse, es parte del trabajo.

**11. ¿Cuenta con las herramientas necesarias para prestar el servicio que ofrece?**



Se cuenta con las herramientas básicas, en el caso del servicio doméstico las herramientas las proporcionan en la casa a la que asisten.

**12. ¿Pertenece a alguna asociación o gremio del servicio que presta?**

Ninguno pertenece a gremios.

**13. ¿Considera que los precios que fija por sus servicios son comunes entre los demás prestadores del mismo servicio?**

Casi todos consideran que cobran un poco menos que los otros prestadores de servicios, la realidad es que el precio entre ellos fluctúa dependiendo en algún caso de lo bueno que consideran que son en su trabajo.

**14. ¿Mantiene una tabla de precios por los servicios que ofrece o los fija en el momento de negociar?**

En términos generales no tienen una tabla formal de precios, pero dada la experiencia en su trabajo tienen una idea regular de los precios para cada actividad. Acostumbran a dar un precio y ajustar según la reacción de los clientes.

**15. ¿Lleva un registro o agenda de clientes?**

No se llevan ningún tipo de registros

**16. ¿Cuántas personas trabajan con usted para prestar el servicio?**

Esto depende la complejidad del servicio, en el caso de ser necesario tienen identificado a algún amigo o vecino que esté disponible.

**17. ¿Estaría dispuesto a trabajar prestando sus servicios a los clientes de una empresa de intermediación?**

El 60% de los entrevistados no se mostraron muy abiertos a trabajar con intermediación por desconfianza al saber que no recibirán su dinero inmediatamente, y por la mala propaganda que se ha hecho de las empresas de intermediación en el pasado.

El 40% restante se mostraron interesados debido a que esperan que esto les mejore el nivel de ingresos al tener un mayor número de clientes.

En ambos casos muestran preocupación por el hecho de formalizar una labor con la obtención de un ruc y el hecho de tener que emitir un comprobante de venta.

**15.1.5. Conclusiones**

Aunque no todos los entrevistados se mostraron interesados, el que algunos de ellos estén dispuestos a participar es positivo para la ejecución del proyecto, siendo que este tipo de servicios se presta de manera informal se vuelve un poco complicado para ellos el proceso de formalización y se deberá dar el soporte necesario en los primeros meses

para darles confianza en el proceso y facilitar la participación de más prestadores de servicios en el futuro.

## **15.2. Registro y evaluación de prestadores de servicio**

### **15.2.1. Registro**

Todos los prestadores de servicio deben completar un proceso de registro, este puede ser ingresado directamente por el prestador de servicios en el sitio web o por un funcionario de All Services, esto en los casos que la empresa inicie un proceso de reclutamiento de prestadores de servicio.

El proceso de registro contempla dos etapas, la primera que corresponde a la información que debe proporcionar el prestador de servicios; y la segunda a los resultados de la validación de datos, historia judicial, comentarios de la visita domiciliaria y recomendación.

Los datos que se requerirán del prestador de servicios corresponden a:

- a. Datos personales
- b. Datos familiares
- c. Historia laboral
- d. Referencias personales
- e. Referencias laborales

Finalmente, el prestador de servicios debe confirmara su aceptación de la visita domiciliaria y la fecha y hora.

El funcionario de All Services debe:

- a. Validar la información personal
- b. Validar las referencias personales y laborales (esto puede incluir una visita para verificar el trabajo y dialogar con los clientes anteriores)
- c. Ingresar sus comentarios referentes a la visita domiciliaria
- d. Revisar historia judicial
- e. Emitir comentario general y su recomendación
- f. De ser positiva la recomendación el prestador de servicios es ingresado y publicado en el sitio web de All Services.

### **15.2.2. Evaluación**

Para mantener estándares de calidad y mantener un proceso de retroalimentación con los prestadores de servicios se procederá a la evaluación de los servicios prestados, los ámbitos que se evaluarán son: cantidad, calidad, puntualidad, comportamiento y el servicio en el conjunto. La evaluación se determina en una escala de 1 a 5, siendo 1 el puntaje más bajo y 5 el más alto, a continuación, el formulario a completar por parte del funcionario de All Services.

AII S	SEGUIMIENTO Y CALIFICACIÓN DE PRESTADORES DE SERVICIO						RANGO DE CALIFICACION						
							1. NO SATISFACTORIO	2. ALGO SATISFACTORIO	3. SATISFACTORIO	4. MUY SATISFACTORIO	5. EXCELENTE		
SERVICIO	NOMBRE PROVEEDOR	CALIFICACIÓN (1 A 5)				SERVICIO	DESEMPEÑO (%)						
		CANTIDAD	CALIDAD	PUNTUALIDAD	COMPORTEAMIENTO		Desempeño Cantidad	Desempeño Calidad	Desempeño Puntualidad	Desempeño Comportamiento	Desempeño Servicio	Calificación	
							0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
							0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
							0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
							0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
							0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
							0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

La evaluación se realizará posterior a la prestación de los servicios y se evaluará en promedios semanales y mensuales para retroalimentar a los prestadores de servicios o decidir su salida del sitio web.

## 15.3. Flujo de clientes

## 15.3.1. Año 1

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>Clientes de servicios</b>	4,00	6,00	8,00	12,00	14,00	16,00	16,00	18,00	20,00	20,00	28,00	28,00	190,00
Servicio brindado													
Limpieza de Domicilios	2,00	4,00	5,00	7,00	8,00	9,00	9,00	11,00	12,00	12,00	17,00	17,00	113,00
Servicio Eléctrico	2,00	3,00	4,00	6,00	6,00	7,00	7,00	8,00	9,00	9,00	13,00	13,00	87,00
Gasfitería	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	10,00	10,00	68,00
Albañilería	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	5,00	5,00	6,00	7,00	7,00	10,00	10,00	65,00
<b>Ingreso estimado (US\$)</b>													
Limpieza de Domicilios	40,00	80,00	100,00	140,00	160,00	180,00	180,00	220,00	240,00	240,00	340,00	340,00	2.260,00
Servicio Eléctrico	47,53	71,29	95,05	142,58	142,58	166,34	166,34	190,11	213,87	213,87	308,92	308,92	2.067,41
Gasfitería	22,74	45,47	68,21	90,95	113,68	136,42	136,42	159,16	159,16	159,16	227,37	227,37	1.546,09
Albañilería	17,50	34,99	52,49	69,98	87,48	87,48	87,48	104,97	122,47	122,47	174,95	174,95	1.477,88
<b>Total Ingresos</b>	<b>127,76</b>	<b>231,75</b>	<b>315,75</b>	<b>443,51</b>	<b>503,74</b>	<b>570,24</b>	<b>570,24</b>	<b>674,23</b>	<b>735,49</b>	<b>735,49</b>	<b>1.051,24</b>	<b>1.051,24</b>	<b>7.351,39</b>
<b>Clientes de publicidad</b>	2,00	3,00	4,00	4,00	4,00	5,00	6,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	63,00
Estándar	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	48,00
Full	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	15,00
<b>US\$</b>													
Estándar	20,00	30,00	30,00	30,00	30,00	40,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	480,00
Full	0,00	0,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	300,00
<b>Ingresos por publicidad</b>	<b>20,00</b>	<b>30,00</b>	<b>50,00</b>	<b>50,00</b>	<b>50,00</b>	<b>60,00</b>	<b>70,00</b>	<b>90,00</b>	<b>90,00</b>	<b>90,00</b>	<b>90,00</b>	<b>90,00</b>	<b>780,00</b>
<b>Clientes de Materiales</b>	0,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	4,00	4,00	5,00	5,00	7,00	7,00	39,00
<b>US\$</b>													
Ingreso por venta de material	0,00	28,94	28,94	28,94	57,89	57,89	115,77	115,77	144,72	144,72	202,61	202,61	1.128,80
<b>Total ingresos por venta de material</b>	<b>0,00</b>	<b>28,94</b>	<b>28,94</b>	<b>28,94</b>	<b>57,89</b>	<b>57,89</b>	<b>115,77</b>	<b>115,77</b>	<b>144,72</b>	<b>144,72</b>	<b>202,61</b>	<b>202,61</b>	<b>1.128,80</b>
<b>Ingresos totales</b>	<b>147,76</b>	<b>290,70</b>	<b>394,69</b>	<b>522,45</b>	<b>611,63</b>	<b>688,13</b>	<b>756,01</b>	<b>880,01</b>	<b>970,21</b>	<b>970,21</b>	<b>1.343,85</b>	<b>1.343,85</b>	<b>9.260,19</b>

## 15.3.2. Año 2

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>Cientes de servicios</b>	35,00	40,00	45,00	50,00	55,00	60,00	65,00	70,00	75,00	80,00	85,00	90,00	750,00
Servicio brindado													
Limpieza de Domicilios	21,00	24,00	27,00	30,00	32,00	35,00	38,00	41,00	44,00	47,00	50,00	53,00	442,00
Servicio Eléctrico	16,00	18,00	21,00	23,00	25,00	28,00	30,00	32,00	34,00	37,00	39,00	41,00	344,00
Gasfitería	13,00	15,00	17,00	19,00	20,00	22,00	24,00	26,00	28,00	30,00	32,00	33,00	279,00
Albañilería	12,00	14,00	15,00	17,00	19,00	20,00	22,00	24,00	25,00	27,00	29,00	31,00	255,00
<b>Ingreso estimado (US\$)</b>													
Limpieza de Domicilios	420,00	480,00	540,00	600,00	640,00	700,00	760,00	820,00	880,00	940,00	1.000,00	1.060,00	8.840,00
Servicio Eléctrico	380,21	427,74	499,03	546,56	594,08	665,37	712,90	760,43	807,95	879,24	926,77	974,30	8.174,59
Gasfitería	295,58	341,05	386,52	432,00	454,73	500,21	545,68	591,15	636,63	682,10	727,57	750,31	6.343,53
Albañilería	209,94	244,93	262,43	297,42	332,41	349,90	384,89	419,88	437,38	472,37	507,36	542,35	5.797,85
<b>Total Ingresos</b>	<b>1.305,73</b>	<b>1.493,72</b>	<b>1.687,98</b>	<b>1.875,97</b>	<b>2.021,22</b>	<b>2.215,48</b>	<b>2.403,47</b>	<b>2.591,46</b>	<b>2.761,96</b>	<b>2.973,71</b>	<b>3.161,70</b>	<b>3.326,95</b>	<b>29.155,97</b>
<b>Cientes de publicidad</b>	7,00	8,00	8,00	8,00	9,00	10,00	10,00	11,00	11,00	11,00	11,00	12,00	116,00
Estándar	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	8,00	8,00	8,00	8,00	9,00	85,00
Full	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	31,00
<b>US\$</b>													
Estándar	50,00	60,00	60,00	60,00	70,00	70,00	70,00	80,00	80,00	80,00	80,00	90,00	850,00
Full	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	620,00
<b>Ingresos por publicidad</b>	<b>90,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>110,00</b>	<b>130,00</b>	<b>130,00</b>	<b>140,00</b>	<b>140,00</b>	<b>140,00</b>	<b>140,00</b>	<b>150,00</b>	<b>1.470,00</b>
<b>Cientes de Materiales</b>	12,00	14,00	16,00	18,00	19,00	21,00	30,00	33,00	35,00	38,00	40,00	42,00	318,00
<b>US\$</b>													
Ingreso por venta de material	347,32	405,21	463,10	520,98	549,93	607,82	868,31	955,14	1.013,03	1.099,86	1.157,74	1.215,63	9.204,06
<b>Total ingresos por venta de material</b>	<b>347,32</b>	<b>405,21</b>	<b>463,10</b>	<b>520,98</b>	<b>549,93</b>	<b>607,82</b>	<b>868,31</b>	<b>955,14</b>	<b>1.013,03</b>	<b>1.099,86</b>	<b>1.157,74</b>	<b>1.215,63</b>	<b>9.204,06</b>
<b>Ingresos totales</b>	<b>1.743,05</b>	<b>1.998,93</b>	<b>2.251,08</b>	<b>2.496,95</b>	<b>2.681,15</b>	<b>2.953,30</b>	<b>3.401,78</b>	<b>3.686,60</b>	<b>3.914,98</b>	<b>4.213,57</b>	<b>4.459,44</b>	<b>4.692,58</b>	<b>39.830,03</b>

## 15.3.3. Año 3

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>Cientes de servicios</b>	100,00	110,00	120,00	130,00	140,00	150,00	160,00	170,00	180,00	190,00	200,00	210,00	1.860,00
Servicio brindado													
Limpieza de Domicilios	59,00	65,00	71,00	77,00	83,00	89,00	94,00	100,00	106,00	112,00	118,00	124,00	1.098,00
Servicio Eléctrico	46,00	51,00	55,00	60,00	64,00	69,00	74,00	78,00	83,00	87,00	92,00	96,00	855,00
Gasfiteria	37,00	41,00	44,00	48,00	52,00	56,00	59,00	63,00	67,00	70,00	74,00	78,00	689,00
Albañileria	34,00	37,00	41,00	44,00	48,00	51,00	54,00	58,00	61,00	64,00	68,00	71,00	631,00
<b>Ingreso estimado (US\$)</b>													
Limpieza de Domicilios	1.180,00	1.300,00	1.420,00	1.540,00	1.660,00	1.780,00	1.880,00	2.000,00	2.120,00	2.240,00	2.360,00	2.480,00	21.960,00
Servicio Eléctrico	1.093,11	1.211,93	1.306,98	1.425,80	1.520,85	1.639,67	1.758,49	1.853,54	1.972,36	2.067,41	2.186,23	2.281,28	20.317,65
Gasfiteria	841,26	932,20	1.000,41	1.091,36	1.182,31	1.273,25	1.341,46	1.432,41	1.523,36	1.591,57	1.682,51	1.773,46	15.665,56
Albañileria	594,83	647,32	717,30	769,78	839,76	892,25	944,73	1.014,71	1.067,20	1.119,68	1.189,66	1.242,15	14.346,84
<b>Total Ingresos</b>	<b>3.709,20</b>	<b>4.091,45</b>	<b>4.444,69</b>	<b>4.826,94</b>	<b>5.202,92</b>	<b>5.585,17</b>	<b>5.924,68</b>	<b>6.300,66</b>	<b>6.682,91</b>	<b>7.018,66</b>	<b>7.418,40</b>	<b>7.776,89</b>	<b>72.290,05</b>
<b>Cientes de publicidad</b>	12,00	13,00	13,00	13,00	14,00	14,00	15,00	15,00	16,00	16,00	16,00	17,00	174,00
Estándar	9,00	10,00	10,00	10,00	11,00	11,00	11,00	11,00	12,00	12,00	12,00	13,00	132,00
Full	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	42,00
<b>US\$</b>													
Estándar	90,00	100,00	100,00	100,00	110,00	110,00	110,00	110,00	120,00	120,00	120,00	130,00	1.320,00
Full	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	840,00
<b>Ingresos por publicidad</b>	<b>150,00</b>	<b>160,00</b>	<b>160,00</b>	<b>160,00</b>	<b>170,00</b>	<b>170,00</b>	<b>190,00</b>	<b>190,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>210,00</b>	<b>2.160,00</b>
<b>Cientes de Materiales</b>	53,00	58,00	63,00	68,00	74,00	79,00	94,00	100,00	106,00	111,00	117,00	123,00	1.046,00
<b>US\$</b>													
Ingreso por venta de material	1.534,01	1.678,73	1.823,45	1.968,16	2.141,83	2.286,54	2.720,70	2.894,36	3.068,02	3.212,74	3.386,40	3.560,06	30.275,01
<b>Total ingresos por venta de material</b>	<b>1.534,01</b>	<b>1.678,73</b>	<b>1.823,45</b>	<b>1.968,16</b>	<b>2.141,83</b>	<b>2.286,54</b>	<b>2.720,70</b>	<b>2.894,36</b>	<b>3.068,02</b>	<b>3.212,74</b>	<b>3.386,40</b>	<b>3.560,06</b>	<b>30.275,01</b>
<b>Ingresos totales</b>	<b>5.393,21</b>	<b>5.930,18</b>	<b>6.428,14</b>	<b>6.955,10</b>	<b>7.514,75</b>	<b>8.041,71</b>	<b>8.835,38</b>	<b>9.385,02</b>	<b>9.950,93</b>	<b>10.431,40</b>	<b>11.004,80</b>	<b>11.546,95</b>	<b>104.725,06</b>

## 15.3.4. Año 4

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>Cientes de servicios</b>	225,00	240,00	255,00	270,00	285,00	300,00	315,00	330,00	345,00	360,00	375,00	390,00	3.690,00
Servicio brindado													
Limpieza de Domicilios	133,00	142,00	150,00	159,00	168,00	177,00	186,00	195,00	204,00	212,00	221,00	230,00	2.177,00
Servicio Eléctrico	103,00	110,00	117,00	124,00	131,00	138,00	145,00	152,00	159,00	165,00	172,00	179,00	1.695,00
Gasfitería	83,00	89,00	95,00	100,00	106,00	111,00	117,00	122,00	128,00	133,00	139,00	145,00	1.368,00
Albañilería	76,00	81,00	87,00	92,00	97,00	102,00	107,00	112,00	117,00	122,00	127,00	132,00	1.252,00
<b>Ingreso estimado (US\$)</b>													
Limpieza de Domicilios	2.660,00	2.840,00	3.000,00	3.180,00	3.360,00	3.540,00	3.720,00	3.900,00	4.080,00	4.240,00	4.420,00	4.600,00	43.540,00
Servicio Eléctrico	2.447,62	2.613,97	2.780,31	2.946,65	3.113,00	3.279,34	3.445,68	3.612,03	3.778,37	3.920,95	4.087,29	4.253,64	40.278,85
Gasfitería	1.887,14	2.023,56	2.159,98	2.273,67	2.410,09	2.523,77	2.660,19	2.773,87	2.910,29	3.023,98	3.160,40	3.296,82	31.103,76
Albañilería	1.329,62	1.417,10	1.522,07	1.609,54	1.697,02	1.784,49	1.871,97	1.959,44	2.046,92	2.134,39	2.221,87	2.309,34	28.466,31
<b>Total Ingresos</b>	<b>8.324,39</b>	<b>8.894,63</b>	<b>9.462,36</b>	<b>10.009,86</b>	<b>10.580,10</b>	<b>11.127,60</b>	<b>11.697,84</b>	<b>12.245,34</b>	<b>12.815,58</b>	<b>13.319,32</b>	<b>13.889,56</b>	<b>14.459,79</b>	<b>143.388,92</b>
<b>Cientes de publicidad</b>	17,00	17,00	17,00	20,00	20,00	20,00	21,00	21,00	22,00	23,00	23,00	23,00	244,00
Estándar	13,00	13,00	13,00	14,00	14,00	14,00	15,00	15,00	15,00	16,00	16,00	16,00	174,00
Full	4,00	4,00	4,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	7,00	70,00
<b>US\$</b>													
Estándar	130,00	130,00	130,00	140,00	140,00	140,00	150,00	150,00	150,00	160,00	160,00	160,00	1.740,00
Full	80,00	80,00	80,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	140,00	140,00	140,00	140,00	1.400,00
<b>Ingresos por publicidad</b>	<b>210,00</b>	<b>210,00</b>	<b>210,00</b>	<b>260,00</b>	<b>260,00</b>	<b>260,00</b>	<b>270,00</b>	<b>270,00</b>	<b>290,00</b>	<b>300,00</b>	<b>300,00</b>	<b>300,00</b>	<b>3.140,00</b>
<b>Cientes de Materiales</b>	144,00	154,00	164,00	174,00	184,00	193,00	221,00	232,00	242,00	252,00	263,00	274,00	2.497,00
<b>US\$</b>													
Ingreso por venta de material	4.167,88	4.457,31	4.746,75	5.036,19	5.325,62	5.586,11	6.396,54	6.714,92	7.004,35	7.293,79	7.612,17	7.930,55	72.272,17
<b>Total ingresos por venta de material</b>	<b>4.167,88</b>	<b>4.457,31</b>	<b>4.746,75</b>	<b>5.036,19</b>	<b>5.325,62</b>	<b>5.586,11</b>	<b>6.396,54</b>	<b>6.714,92</b>	<b>7.004,35</b>	<b>7.293,79</b>	<b>7.612,17</b>	<b>7.930,55</b>	<b>72.272,17</b>
<b>Ingresos totales</b>	<b>12.702,27</b>	<b>13.561,94</b>	<b>14.419,11</b>	<b>15.306,05</b>	<b>16.165,72</b>	<b>16.973,71</b>	<b>18.364,37</b>	<b>19.230,26</b>	<b>20.109,93</b>	<b>20.913,10</b>	<b>21.801,72</b>	<b>22.690,34</b>	<b>218.801,09</b>

## 15.3.5. Año 5

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>Cientes de servicios</b>	420,00	450,00	480,00	510,00	540,00	570,00	600,00	630,00	660,00	690,00	720,00	750,00	7.020,00
Servicio brindado													
Limpieza de Domicilios	248,00	266,00	283,00	301,00	319,00	336,00	354,00	372,00	389,00	407,00	425,00	443,00	4.143,00
Servicio Eléctrico	193,00	207,00	221,00	234,00	248,00	262,00	276,00	289,00	303,00	317,00	331,00	345,00	3.226,00
Gasfitería	156,00	167,00	178,00	189,00	200,00	211,00	222,00	234,00	245,00	256,00	267,00	278,00	2.603,00
Albañilería	143,00	153,00	163,00	173,00	183,00	193,00	204,00	214,00	224,00	234,00	244,00	255,00	2.383,00
<b>Ingreso estimado (US\$)</b>													
Limpieza de Domicilios	4.960,00	5.320,00	5.660,00	6.020,00	6.380,00	6.720,00	7.080,00	7.440,00	7.780,00	8.140,00	8.500,00	8.860,00	82.860,00
Servicio Eléctrico	4.586,32	4.919,01	5.251,70	5.560,62	5.893,31	6.225,99	6.558,68	6.867,60	7.200,29	7.532,98	7.865,66	8.198,35	76.660,51
Gasfitería	3.546,92	3.797,02	4.047,13	4.297,23	4.547,33	4.797,44	5.047,54	5.320,38	5.570,48	5.820,59	6.070,69	6.320,79	59.183,54
Albañilería	2.501,79	2.676,74	2.851,69	3.026,64	3.201,59	3.376,54	3.568,98	3.743,93	3.918,88	4.093,83	4.268,78	4.461,23	54.181,48
<b>Total Ingresos</b>	<b>15.595,03</b>	<b>16.712,77</b>	<b>17.810,51</b>	<b>18.904,49</b>	<b>20.022,23</b>	<b>21.119,97</b>	<b>22.255,20</b>	<b>23.371,91</b>	<b>24.469,65</b>	<b>25.587,39</b>	<b>26.705,13</b>	<b>27.840,37</b>	<b>272.885,53</b>
<b>Cientes de publicidad</b>	23,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	26,00	26,00	26,00	26,00	26,00	303,00
Estándar	16,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	208,00
Full	7,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	95,00
<b>US\$</b>													
Estándar	160,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	2.080,00
Full	140,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	1.900,00
<b>Ingresos por publicidad</b>	<b>300,00</b>	<b>330,00</b>	<b>330,00</b>	<b>330,00</b>	<b>330,00</b>	<b>330,00</b>	<b>330,00</b>	<b>340,00</b>	<b>340,00</b>	<b>340,00</b>	<b>340,00</b>	<b>340,00</b>	<b>3.980,00</b>
<b>Cientes de Materiales</b>	320,00	343,00	365,00	387,00	410,00	433,00	491,00	516,00	540,00	565,00	589,00	615,00	5.574,00
<b>US\$</b>													
Ingreso por venta de material	9.261,95	9.927,65	10.564,41	11.201,17	11.866,88	12.532,58	14.211,31	14.934,90	15.629,54	16.353,13	17.047,78	17.800,31	161.331,63
<b>Total ingresos por venta de material</b>	<b>9.261,95</b>	<b>9.927,65</b>	<b>10.564,41</b>	<b>11.201,17</b>	<b>11.866,88</b>	<b>12.532,58</b>	<b>14.211,31</b>	<b>14.934,90</b>	<b>15.629,54</b>	<b>16.353,13</b>	<b>17.047,78</b>	<b>17.800,31</b>	<b>161.331,63</b>
<b>Ingresos totales</b>	<b>25.156,98</b>	<b>26.970,42</b>	<b>28.704,92</b>	<b>30.435,66</b>	<b>32.219,10</b>	<b>33.982,54</b>	<b>36.796,51</b>	<b>38.646,81</b>	<b>40.439,20</b>	<b>42.280,53</b>	<b>44.092,91</b>	<b>45.980,68</b>	<b>438.197,16</b>



## 15.4. Diseño de pantallas del sitio web

### 15.4.1. Página principal





Aun no estas registrado como profesional? **Hacer ahora!**

Enlaces Importantes

<a href="#">Quiénes Somos</a>	<a href="#">Profesionales</a>	<a href="#">Mas...</a>
<a href="#">Como funciona</a>	<a href="#">Preguntas</a>	<a href="#">Mas...</a>
<a href="#">Lo que hacemos</a>	<a href="#">Contactos</a>	<a href="#">Mas...</a>
<a href="#">Sugerencias</a>	<a href="#">Condiciones</a>	

Información Adicional

Duis neque nisi, dapibus sed mattis quis, rutrum accumsan sed. Suspendisse eu varius nibh. Suspendisse vitae magna eget odio amet mollis. Duis neque nisi, dapibus sed mattis quis, sed rutrum accumsan sed. Suspendisse eu varius nibh lorem ipsum amet dolor sit amet lorem ipsum consequat gravida justo mollis.

© AllServices Derechos Reservados | [Mapa del Sitio](#)

### 15.4.2. Login para clientes y profesionales



**AIIS**  
All services

Registro Profesional   Registro Cliente   Entrar

**Bienvenido**

Cliente    Profesional

Email

Contraseña

**Iniciar Sesión**

Enlaces Importantes

<a href="#">Quiénes Somos</a>	<a href="#">Profesionales</a>	<a href="#">Mas...</a>
<a href="#">Como funciona</a>	<a href="#">Preguntas</a>	<a href="#">Mas...</a>
<a href="#">Lo que hacemos</a>	<a href="#">Contactos</a>	<a href="#">Mas...</a>
<a href="#">Sugerencias</a>	<a href="#">Condiciones</a>	

Información Adicional

Duis neque nisi, dapibus sed mattis quis, rutrum accumsan sed. Suspendisse eu varius nibh. Suspendisse vitae magna eget odio amet mollis. Duis neque nisi, dapibus sed mattis quis, sed rutrum accumsan sed. Suspendisse eu varius nibh lorem ipsum amet dolor sit amet lorem ipsum consequat gravida justo mollis.

### 15.4.3. Registro del cliente

The screenshot shows the 'REGISTRO CLIENTE' form on the All Services S.A. website. The form is set against a blue gradient background. At the top left is the 'All Services' logo. At the top right are navigation links: 'Registro Profesional', 'Registro Cliente', and 'Entrar'. A progress indicator at the top shows three steps: '1 DATOS PERSONALES' (highlighted in green), '2 DATOS DOMICILIARIO', and '3 FORMAS DE PAGO'. The main form area is titled 'REGISTRO CLIENTE' and 'Datos Personales'. It contains the following fields:

- Nombre:** Input field with placeholder 'NOMBRE'.
- Apellidos:** Input field with placeholder 'APELLIDO'.
- Fecha de Nacimiento:** Input field with placeholder 'MM/DD/AAAA'.
- Email:** Input field with placeholder 'email'.
- Contraseña:** Input field with placeholder 'PASSWORD'.
- Confirmar Contraseña:** Input field with placeholder 'CONFIRMAR PASSWORD'.

At the bottom of the form is a green button labeled 'SIGUIENTE'. Below the button is a link: '¿Ya tienes una cuenta? Ingresa Aquí'.

The screenshot shows the 'REGISTRO CLIENTE' form at step 2, 'Datos Domiciliario'. The form is titled 'REGISTRO CLIENTE' and 'Datos Domiciliario'. It contains four text input fields: 'Provincia' (with placeholder 'PROVINCIA'), 'Cantón' (with placeholder 'CANTÓN'), 'Sector' (with placeholder 'SECTOR'), and 'Dirección' (with placeholder 'DIRECCIÓN'). At the bottom of the form are two green buttons: 'ATRÁS' and 'SIGUIENTE'. Above the form, a progress indicator shows three steps: '1 DATOS PERSONALES', '2 DATOS DOMICILIARIO' (highlighted), and '3 FORMAS DE PAGO'. The top navigation bar includes the 'All Services' logo and links for 'Registro Profesional', 'Registro Cliente', and 'Entrar'.

The screenshot shows the 'REGISTRO CLIENTE' form at step 3, 'Formas de Pago'. The form is titled 'REGISTRO CLIENTE' and 'Formas de Pago'. It features three radio button options: 'Tarjeta de Credito', 'Transferencia Bancaria', and 'Dinero Electrónico'. Below these options is the text 'POR FAVOR SELECCIONA UN METODO DE PAGO'. At the bottom of the form are two green buttons: 'ATRÁS' and 'SUBMIT'. Above the form, a progress indicator shows three steps: '1 DATOS PERSONALES', '2 DATOS DOMICILIARIO', and '3 FORMAS DE PAGO' (highlighted). The top navigation bar includes the 'All Services' logo and links for 'Registro Profesional', 'Registro Cliente', and 'Entrar'.

The screenshot shows the 'Registro Cliente' form on the 'Formas de Pago' step. At the top, there is a progress bar with three steps: 1. DATOS PERSONALES, 2. DATOS DOMICILIARIO, and 3. FORMAS DE PAGO. Below the progress bar, the form title is 'REGISTRO CLIENTE' and the sub-title is 'Formas de Pago'. There are three radio button options: 'Tarjeta de Crédito' (selected), 'Transferencia Bancaria', and 'Oinero Electrónico'. The 'Tarjeta de Crédito' section is highlighted in blue. It includes logos for VISA, MasterCard, American Express, and Diners Club. The form fields are: 'Nombre del titular' (with a hint 'COMO APARECE EN LA TARJETA'), 'Número de tarjeta' (with a hint 'XXXX XXXX XXXX XXXX'), 'Fecha de expiración' (with sub-fields for 'MES: 12' and 'AÑO: 2018'), and 'Código de seguridad' (with a hint '3 DÍGITOS'). At the bottom are 'ATRÁS' and 'SUBMIT' buttons.

The screenshot shows the 'Registro Cliente' form on the 'Formas de Pago' step. At the top, there is a progress bar with three steps: 1. DATOS PERSONALES, 2. DATOS DOMICILIARIO, and 3. FORMAS DE PAGO. Below the progress bar, the form title is 'REGISTRO CLIENTE' and the sub-title is 'Formas de Pago'. There are three radio button options: 'Tarjeta de Crédito', 'Transferencia Bancaria' (selected), and 'Oinero Electrónico'. The 'Transferencia Bancaria' section is highlighted in green. It includes logos for Banco del Pichincha, Produbanco, Banco del Pacífico, Banco Bolivariano, Banco Internacional, and Banco Guayaquil. The form fields are: 'Titular de la Cuenta' (with a hint 'NOMBRE Y APELLIDOS') and 'Número de Cuenta' (with a hint 'XXXX XXXX XXXX'). At the bottom are 'ATRÁS' and 'SUBMIT' buttons.

The screenshot displays the 'REGISTRO CLIENTE' (Client Registration) form on the All Services S.A. website. The page features a blue header with the 'All Services' logo and navigation links for 'Registro Profesional', 'Registro Cliente', and 'Entrar'. A progress bar at the top indicates three steps: 1. DATOS PERSONALES, 2. DATOS DOMICILIARIO, and 3. FORMAS DE PAGO. The current step is 'FORMAS DE PAGO', where three payment methods are listed: 'Tarjeta de Credito', 'Transferencia Bancaria', and 'Dinero Electrónico'. The 'Dinero Electrónico' option is selected and highlighted with a green bar. Below this, the form includes the 'Dinero Electrónico' logo and a slogan 'MÁS FÁCIL! MÁS SEGURO!'. Two input fields are present: 'Nombre del Titular' (with placeholder text 'NOMBRE Y APELLIDOS') and 'Número de Teléfono' (with placeholder text '095 989 989'). At the bottom of the form are two green buttons: 'ATRÁS' and 'SUBMIT'.

### 15.4.4. Registro del profesional

The screenshot shows the 'REGISTRO DEL PROFESIONAL' form on the All Services S.A. website. The form is titled 'REGISTRO DEL PROFESIONAL' and 'Datos Personales'. It includes a progress bar with four steps: 1. DATOS PERSONALES (highlighted), 2. DATOS DOMICILIARIO, 3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO, and 4. EXPERIENCIAS Y REFERENCIAS. The form fields are: 'Nombre' (input with placeholder 'NOMBRE'), 'Apellidos' (input with placeholder 'APELLIDO'), 'Fecha de Nacimiento' (input with placeholder 'MM/DD/AAAA'), 'Email' (input with placeholder 'email'), 'Contraseña' (input with placeholder 'PASSWORD'), and 'Confirmar Contraseña' (input with placeholder 'CONFIRMAR PASSWORD'). A green 'SIGUIENTE' button is at the bottom, with a link below it that says '¿Ya tienes una cuenta? Ingresá Aquí!'.

The screenshot shows the 'REGISTRO DEL PROFESIONAL' form at step 2, 'Datos Domiciliario'. The header includes the 'All Services' logo and navigation links for 'Registro Profesional', 'Registro Cliente', and 'Entrar'. A progress bar at the top indicates four steps: 1. DATOS PERSONALES, 2. DATOS DOMICILIARIO, 3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO, and 4. EXPERIENCIAS Y REFERENCIAS. The form fields are: Provincia (PROVINCIA), Cantón (CANTÓN), Sector (SECTOR), and Dirección (DIRECCIÓN). At the bottom are 'ATRÁS' and 'SIGUIENTE' buttons.

The screenshot shows the 'REGISTRO DEL PROFESIONAL' form at step 3, 'Descripción del Servicio que Ofrece'. The header and progress bar are identical to the previous screenshot. The form displays four service categories with checkboxes: Electricista, Fontanero, Limpieza del hogar, and Construcción. Below the checkboxes, the text reads 'SELECCIONE LOS O EL SERVICIO QUE OFRECE'. At the bottom are 'ATRÁS' and 'SIGUIENTE' buttons.



**AII S**  
All services

Registro Profesional Registro Cliente Entrar

1 2 3 4  
DATOS PERSONALES DATOS DOMICILIARIO DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO EXPERIENCIAS Y REFERENCIAS

**REGISTRO DEL PROFESIONAL**  
Descripción del Servicio que Ofrece

Electricista  Fontanero  Limpieza del hogar  Construcción

DESCRIBA LOS SERVICIOS QUE OFRECE

ATRÁS SIGUIENTE

**AII S**  
All services

Registro Profesional Registro Cliente Entrar

1 2 3 4  
DATOS PERSONALES DATOS DOMICILIARIO DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO EXPERIENCIAS Y REFERENCIAS

**REGISTRO DEL PROFESIONAL**  
Experiencias y Referencias

Formación Laboral  
FORMACIÓN LABORAL

Experiencia Laboral  
EXPERIENCIA LABORAL

Idiomas  
IDIOMAS

Aptitudes  
APTITUDES

ATRÁS SUBMIT

### 15.4.5. Como funciona

