



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**OCTUBRE 2019 – MARZO 2020**

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

**Ingeniería Comercial**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA  
COMERCIAL**

**TEMA:**

**FAST SERVICE (entrega a domicilio de productos o artículos de locales  
comerciales y mercado)**

**EGRESADO:**

**Jaijasiel Margarita Acurio Saucedo**

**TUTOR:**

**ING. WASHINGTON ENRIQUE PAZMIÑO GAVILANEZ, MAE.**

**AÑO 2020**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	CAPÍTULO I IDEA DE NEGOCIOS.....	2
1.1.	Descripción de la Idea de Negocio. ....	2
1.2.	Fundamentación Teórica de la Idea de Negocio.....	3
1.2.1.	Servicio.....	3
1.2.2.	Transporte.....	4
1.2.3.	La importancia del servicio de entrega a domicilio. ....	4
1.2.4.	Entrega .....	4
1.2.5.	Producto .....	5
1.2.6.	Glovo.....	5
1.2.7.	El camino hacia la excelencia en el servicio. ....	5
1.2.8.	Los trabajadores y la atención al cliente. ....	6
1.3.	Estudio de Mercado .....	6
1.3.1	Formula aplicada para la calcular el tamaño de la muestra.....	7
1.3.2.	Tabulación.....	9
1.3.3.	Informe ejecutivo. ....	28
1.3.4-	Análisis de la Competencia.....	29
2.	CAPÍTULO II DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO. ....	29
2.1.	Descripción del Emprendimiento. ....	29
2.1.1.	Detalle formal del negocio. ....	29
2.1.2.	Razón Social.....	31

2.1.3.	Isologo.....	31
2.1.4.	Slogan.....	31
2.1.5.	Servicio.....	31
2.2.	Fundamentación Gerencial del Emprendimiento.....	32
2.2.1.	Misión.....	32
2.2.2.	Visión.....	33
2.2.3.	Valores.....	33
2.2.4.	Política de calidad.....	34
2.2.5.	Objetivos empresariales.....	34
2.2.6.	Matriz FODA.....	35
2.3.	Estructura Organizacional y Funcional.....	35
2.3.1.	Organigrama.....	35
2.3.2.	Estructura Organizacional y Funcional.....	36
3.	CAPÍTULO III. MODELO DE NEGOCIO.....	38
3.1.	Segmento del Mercado.....	39
3.2.	Productos y servicios como propuesta de valor.....	39
3.3.	Canales de Comercialización.....	40
3.4.	Relaciones con los clientes.....	40
3.5.	Fuentes de Ingreso.....	40
3.6.	Activos para el Funcionamiento del Negocio.....	41
3.7.	Actividades del Negocio.....	43

3.8.	Red de Socios.....	43
3.9.	Estructura de Costo.....	44
4.	CAPÍTULO IV. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO. ..	44
4.1.	Factibilidad Técnica.....	44
4.1.1.	Macrolocalización.....	46
4.1.2.	Microlocalización.....	47
4.2.	Factibilidad Financiera.....	47
4.3.	Factibilidad Operativa.....	56
4.3.1.	Proceso de Servicio.....	57
4.4.	Factibilidad Ambiental.....	57
4.5.	Factibilidad Social.....	58
5.	CONCLUSIONES.....	59
6.	RECOMENDACIONES.....	60
8.	ANEXOS.....	63

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Frecuencia de las compras diarias de las personas.....	9
Tabla 2 Comerciales que los pobladores de Montalvo visitan diariamente.....	10
Tabla 3 Conocimiento del uso del servicio de entrega a domicilio por los habitantes deñ canyón Montalvo. ....	11
Tabla 4 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio por los habitantes deñ canyón Montalvo. ....	12
Tabla 5 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos pequeños por los habitantes deñ canyón Montalvo. ....	13
Tabla 6 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos medianos por los habitantes deñ canyón Montalvo. ....	14
Tabla 7 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos grandes por los habitantes deñ canyón Montalvo. ....	15
Tabla 8 Conocimiento del lugar desde donde utilizaríaá el servicio. ....	16
Tabla 9 Conocimiento del medio de transporte que utilizan los pobladores del cantón para realizar sus compras.....	17
Tabla 10 Frecuencia de visita a la gasolinera por los habitantes del cantón. ....	18
Tabla 11 Conocimiento del uso de dispositivos tecnológicos. ....	19
Tabla 12 Conocimiento de las personas de una aplicación de servicio a domicilio. ....	20
Tabla 13 Conocimiento del uso que darían los pobladores a la aplicación. ....	21
Tabla 14 Frecuencia des uso de redes sociales por los pobladores del cantón. . ....	22
Tabla 15 Conocimiento del tipo de redes sociales que utilizan los pobladores del cantón.	23
Tabla 16 Conocimiento del pago que los pobladores estan dispuestos a realizar.....	24
Tabla 17 Conocimiento de la forma de pago que utilizan los pobladores del cantón.....	25
Tabla 18 Seguridad del servicio de entrega a domicilio .....	26

Tabla 19 Conocimiento de la aceptación de las fundas de reciclaje por los pobladores del cantón.....	27
Tabla 20 Matriz FODA.....	35
Tabla 21 Modelo de Negocio FAST SERVICE.....	38
Tabla 22 Activos para el funcionamiento del negocio.....	41
Tabla 23 Costos fijos.....	44
Tabla 24 Costos Variables.....	44
Tabla 25 Abastos.....	46
<i>Tabla 26 Inversión Inicial.....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 27 Inversión Inicial.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 28 Beneficios Mensualizados.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 29 Amortización De La Deuda.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 30 Depreciación.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 31 Ventas Semanales En Unidades.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 32 Ventas Mensuales En Unidades.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 33 Ventas Anuales En Unidades.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 34 Costos De Venta Anual En Dólares.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 35 Ventas mensuales en dólares.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 36 Ventas Anuales en Dólares.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 37 Gastos Administrativos.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 38 Flujo De Caja.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 39 Valor Actual Neto.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 40 Periodo de Recuperación de la Inver&lt;ción.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 41 Periodo de Recuperación.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 42 Periodo de Recuperación de la Inversión.....</i>	<i>55</i>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Nivel de confianza para determinar la muestra.....	8
Ilustración 2 Frecuencia de las compras diarias de las personas.....	9
Ilustración 3 Comerciales que los pobladores de Montalvo visitan diariamente>.....	10
Ilustración 4 Conocimiento del uso del servicio de entrega a domicilio por los habitantes deñ canyón Montalvo.....	11
Ilustración 5 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio por los habitantes deñ canyón Montalvo. ....	12
Ilustración 6 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos pequeños por los habitantes deñ canyón Montalvo. ....	13
Ilustración 7 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos medianos por los habitantes deñ canyón Montalvo. ....	14
Ilustración 8 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos grandes por los habitantes deñ canyón Montalvo.....	15
Ilustración 9 Conocimiento del lugar desde donde utilizarían el servicio. ....	16
Ilustración 10 Conocimiento del medio de transporte que utilizan los pobladores del cantón para realizar sus compras. ....	17
Ilustración 11 Frecuencia de visita a la gasolinera por los habitantes del cantón. ....	18
Ilustración 12 Conocimiento del uso de dispositivos tecnológicos.....	19
Ilustración 13 Conocimiento de las personas de una aplicación de servicio a domicilio. ..	20
Ilustración 14 Conocimiento del uso que darían los pobladores a la aplicación. ....	21
Ilustración 15 Frecuencia des uso de redes sociales por los pobladores del cantón.. ....	22
Ilustración 16 Conocimiento del tipo de redes sociales que utilizan los pobladores del cantón.....	23

Ilustración 17 Conocimiento del pago que los pobladores estan dispuestos a realizar.....	24
Ilustración 18 Conocimiento de la forma de pago que utilizan los pobladores del cantón.	25
Ilustración 19 Seguridad del servicio de entrega a domicilio .....	26
Ilustración 20 Conocimiento de la aceptación de las fundas de reciclaje por los pobladores del cantón.....	27
Ilustración 21 isologo .....	31
Ilustración 22 Misión del emprendimiento. ....	32
Ilustración 23 Visión del emprendimiento.....	33
Ilustración 24 Organigrama Funcional.....	36
Ilustración 25 Macrolocalización.....	46
Ilustración 26 Microlocalización.....	47
Ilustración 27 Proceso del servicio de la entrega a domicilio.....	57
Ilustración 28 Objetivos del Plan de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, .....	58
Ilustración 29 Objetivos del Plan de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas .....	58



## **INTRODUCCIÓN.**

El consumo de productos de locales como TÍA, Dismero, ferreterías, papelerías, restaurantes, farmacias y demás locales comerciales es muy frecuente debido a que son productos que lo adquieren todas las personas. Esto ha generado una oportunidad de negocio viable para el desarrollo de la presente propuesta FAST SERVICE (entrega a domicilio de productos o artículos de locales comerciales y mercado) en el cantón Montalvo de la Provincia de Los Ríos. En dicho cantón no existe un negocio que ofrezca este servicio por lo que será único en el mercado, el mencionado servicio ofrecerá un horario de atención de 7:00 am hasta las 12:00pm, para que los ciudadanos del cantón tengan a su disposición el servicio; todas las entregas se realizarán con fundas de papel despacho o reciclables promoviendo el cuidado del medio ambiente y el ecosistema.

La recuperación de la inversión se efectuará en dos años nueve meses y un día. Y es considerado un emprendimiento factible debido a que por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio adicional de 3,40 dólares.

El presente proyecto coopera con los objetivos de desarrollo sostenible de Naciones Unidas, en especial con la acción por el clima y el trabajo decente y crecimiento económico, de esta manera contribuyendo a la matriz productiva del país.

## **1. CAPÍTULO I IDEA DE NEGOCIOS.**

### **1.1. Descripción de la Idea de Negocio.**

La satisfacción de las personas al adquirir un servicio de entrega rápida y en la comodidad de su domicilio o trabajo es un gran reto y además muy importante cumplirlo para las grandes y pequeñas empresas, este servicio ha abarcado las grandes ciudades.

El presente proyecto propone la idea de negocio “transporte y entrega rápida de artículos básicos de locales como: farmacias, ferretería, mercado, TÍA, Dismero, mini tiendas, restaurantes y demás locales comerciales del cantón Montalvo”, este emprendimiento surgió a partir de una observación realizada al momento de detectar que varias personas por factor tiempo les resulta difícil salir de su domicilio a comprar algún artículo y más a las personas que laboran en instituciones tanto públicas como también privadas, por lo que necesitan de un servicio cómodo y rápido para poder adquirir lo que necesitan.

Este emprendimiento se llamará FAST SERVICE debido a que será un servicio de entrega rápida de artículos de farmacia, ferretería, mercado, TÍA, Dismero, mini tiendas, restaurantes y demás locales comerciales del cantón Montalvo. El usuario o cliente podrá contactar el servicio a través de una aplicación en su Android o iPhone que no tendrá ningún costo, solo deberán descargarla y de manera inmediata el cliente estará en contacto con el asesor del servicio que pondrá a su disposición un operador (motociclista) con las respectivas indicaciones de su pedido, en el caso de que la mercancía sea de gran tamaño se pondrá a disposición un vehículo más grande (camioneta) para el transporte del producto solicitado.

En el caso de que el cliente no cuente con su Android o iPhone que le facilite la aplicación, como en el caso de los adultos mayores, ellos podrán acceder al servicio a través de la página de Facebook por medio de una laptop o cualquier computadora o también

mediante una llamada telefónica podrá solicitar el servicio. El costo por el servicio va a variar de acuerdo al tamaño y la cantidad de artículos que requiera, el servicio está a disposición desde las 7:00 am que es la hora en que por lo general empiezan atender los locales hasta las 12:00 pm.

Uno de los propósitos de este emprendimiento es generar plazas de trabajo para padres o madres de familia que tengan licencia para conducir de moto y carro que se encuentran desempleadas, la función que desempeñaran no es complicada se trata principalmente de tener un trato amable y cordial con el cliente cumpliendo con su pedido, además el horario de trabajo será un operario por la mañana desde las 7:00 am hasta las 4:00 pm y el segundo operario desde las 4:00 pm hasta las 12:00 pm, sin necesidad que exista sobrecargo de trabajo. También para los operarios de carga pesada se realizará el mismo horario de trabajo

El valor agregado que tiene FAST SERVICE es que será el primer servicio de entrega rápida y a domicilio de artículos de cualquier tipo, además el cliente recibirá un trato amable, cordial, respetuoso por parte del operador encargado de llevar su pedido, también garantiza que el producto solicitado va a llegar en excelentes condiciones.

## **1.2. Fundamentación Teórica de la Idea de Negocio.**

Para la fijación de la idea de negocio se necesita del sustento teórico y análisis de los siguientes conceptos:

### **1.2.1. Servicio.**

Un servicio comprende una actividad destinada para un cliente y poder aligerar sus actividades. (Miguel González Moreno, 2015) afirma que: “ha utilizado y se utiliza muy a menudo para referirse a un conjunto de actividades económicas sumamente heterogéneas”. Un servicio consiste en la satisfacción de necesidades que tienen las personas y alguna

empresa logra cumplir con dicha necesidad captando las expectativas de los clientes e incluso superándolas.

### **1.2.2. Transporte.**

Han creado muchas definiciones para el término transporte y cada una de ellas se direcciona a diferentes ámbitos. Según (Torres, 2014); el transporte de mercancías es el traslado de productos desde un origen a un destino. En esto no se diferencia del transporte de viajeros.

### **1.2.3. La importancia del servicio de entrega a domicilio.**

En la actualidad existen varias empresas que se dedican al servicio de entrega a domicilio y no genera un costo elevado, por lo contrario, estas empresas permiten que las personas economizar su dinero y tiempo.

La importancia del servicio de entrega a domicilio es un proceso de entrega a domicilio elaborado correctamente le permitirá a tu negocio aumentar la satisfacción del cliente y por consiguiente se generará un aumento en la adquisición de tus servicios o productos. (Álvarez, Cero, 2014)

### **1.2.4. Entrega**

Las personas por lo general tienen actividades diarias que acortan su tiempo, por lo que se les dificulta el acceso a productos que necesitan en un determinado momento por lo que requieren de un servicio de entrega a domicilio.

Se define como: el tiempo de entrega es un punto fundamental en el proceso de entrega a domicilio pero no se resume únicamente en entregar un servicio o producto en el menor tiempo posible, en muchas ocasiones el cliente lo que desea es tener el producto o servicio contratado en el momento preciso, no en el menor tiempo, un

ejemplo: Un cliente prefiere recibir un sofá modular en su casa una vez que tenga instalada la moqueta, tenerlo antes le podría restar espacio y movilidad a los trabajadores. (Álvarez, Cero, 2014)

### **1.2.5. Producto**

De acuerdo con la definición de (David Pérez, 2006) un producto es “cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad” Es decir, un producto es todo artículo con características diferentes adaptadas a las diferentes necesidades de las personas.

### **1.2.6. Glovo**

En la actualidad Ecuador cuenta con empresas de servicio a domicilio que entregan el producto que necesitan en la comodidad de su hogar o su trabajo.

Es un servicio de entregas a domicilio que funciona a través de una aplicación que se puede descargar en teléfonos Android y iPhones. Los usuarios pueden elegir qué artículo desean que los repartidores de Glovo lleven a su casa o lugar de trabajo y en cuestión de minutos lo tendrán en sus manos. Las cosas que se pueden pedir mediante esta aplicación es variada: comida, medicamentos, regalos, ropa, bebidas, juguetes, flores, periódicos, libros, entre otras cosas. No importa que producto sea, los repartidores Glovo lo comprarán y lo entregarán lo más rápido posible. (Juanpch, 2019)

### **1.2.7. El camino hacia la excelencia en el servicio.**

Para alcanzar la excelencia de un servicio cualquier empresa requiere de un arduo trabajo, y disciplina de sus colaboradores, es un resultado que da frutos en un tiempo prolongado.

El camino hacia la excelencia sólo es posible cuando las empresas logran interpretar cabalmente sus posibilidades reales de crear valor. Antes de considerar que aspectos son fundamentales a la hora de dar satisfacción a las demandas de valor de los clientes. (Tigani, 2016)

### **1.2.8. Los trabajadores y la atención al cliente.**

El objetivo de toda empresa dedicada a ofrecer un servicio es realizarlo de la forma más conveniente para los clientes, cumpliendo con sus expectativas e incluso superándolas, el mismo es un trabajo que debe ser cumplido entre los colaboradores y los directivos de la empresa.

En una organización dirigida al cliente, ésta constituye la base para definir el negocio, que existe para brindarle sus servicios y atender sus necesidades. De esta forma, el personal responsable de su atención se convierte en un elemento fundamental para conseguir este objetivo. Los directivos de las organizaciones deben estimular y ayudar a los empleados para que mantengan su atención centrada en las necesidades del cliente, logrando que adquieran un buen nivel de sensibilidad, atención y voluntad de ayudar, y que infundan en los clientes el deseo de contar su experiencia a otras personas y de volver por la empresa. (Parra, 2015)

### **1.3. Estudio de Mercado**

Para tener un sustento o respaldo y hacer efectiva nuestra idea de negocio comprobando el éxito del mismo, mediante la metodología descriptiva aplicada al proyecto de emprendimiento, con la herramienta de investigación para la recolección de datos relevantes (encuesta), y así se obtuvo la información pertinente otorgada por las personas que viven en

el cantón Montalvo de la provincia de los Ríos; dando constancia y comprobando la factibilidad de dicha idea de negocio.

Es fundamental y de gran importancia conocer con la muestra de personas, para la realización de la encuesta, pero antes se debe de contar con un dato relevante que es el número de habitantes que hay en el cantón Montalvo, siendo esta una cantidad de 24.164 habitantes que actualmente se encuentran en este cantón.

### **1.3.1 Formula aplicada para la calcular el tamaño de la muestra.**

Para calcular el tamaño de la muestra procedí a utilizar la siguiente fórmula:

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

#### **Donde:**

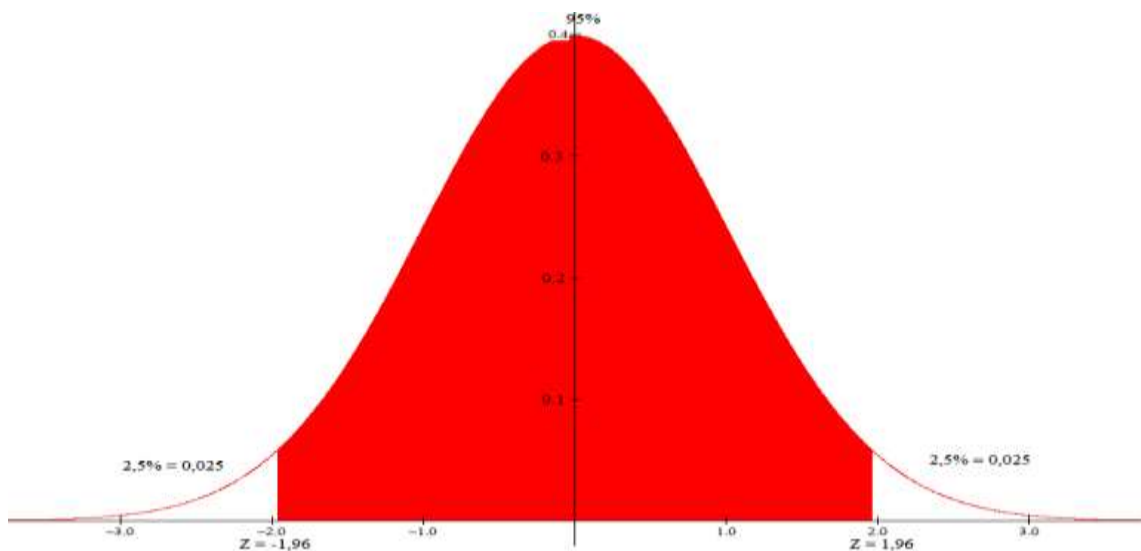
**n** = el tamaño de la muestra.

**N** = tamaño de la población.

**$\sigma$**  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

**Z** = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

**e** = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.



*Ilustración 1 Nivel de confianza para determinar la muestra.*

Tomando como referencia el gráfico que representa el 95% de confianza se obtiene:

Se tiene  $N=24.164$ , para el 95% de confianza  $Z = 1,96$ , y como no se tiene los demás valores se tomará  $\sigma = 0,5$ , y  $e = 0,05$ .

Reemplazando valores de la fórmula se tiene:

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

$$n = \frac{24.164 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{0,05^2(24.164 - 1) + 0,5^2 \cdot 1,96^2}$$

$$n = \frac{24.164 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{0,05^2(24.164 - 1) + 0,5^2 \cdot 1,96^2} = 378,187923$$

$$n = 378$$

Entonces una vez determinado el tamaño de la muestra que es 378 personas del total de la población del cantón Montalvo, provincia de Los Ríos que es de 24,164 personas.<



### 1.3.2. Tabulación

#### PREGUNTA 1. ¿Con qué frecuencia usted realiza compras de cualquier artículo?

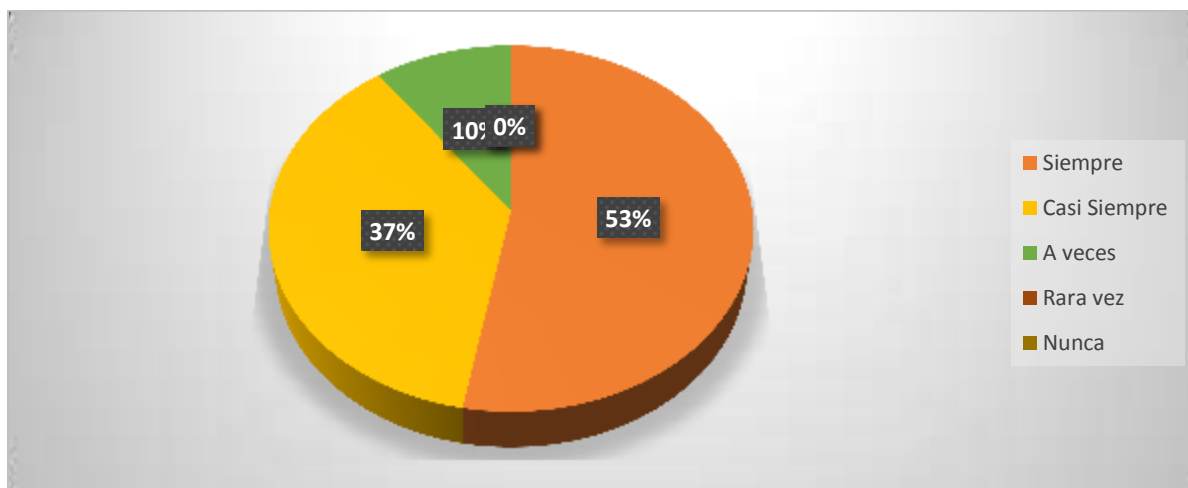
**Tabla 1 Frecuencia de las compras diarias de las personas.**

*Tabla 1 Frecuencia de las compras diarias de las personas.*

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Siempre	200	53%
Casi Siempre	140	37%
A veces	38	10%
Rara vez	0	0%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo*

*Elaborado por: Jaijasiel Acurio*



*Ilustración 2 Frecuencia de las compras diarias de las personas.*

**Análisis:** Del total de la muestra 200 personas respondieron que siempre compran cualquier artículo o producto, 140 personas respondieron que casi siempre compran artículos y solo 38 personas respondieron que a veces compra cualquier producto en algún local comercial del cantón Montalvo.

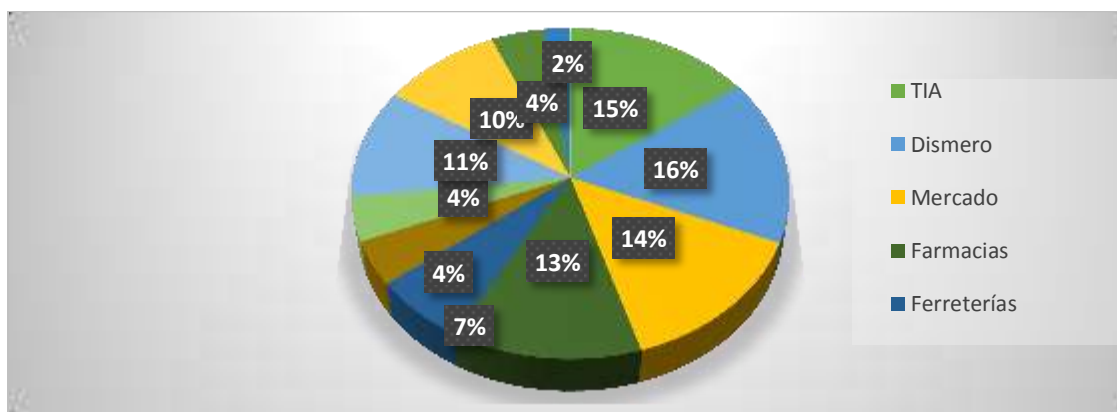
**PREGUNTA 2. De los lugares que se mencionan a continuación ¿Cuáles suele visitar con frecuencia?**

*Tabla 2 Comerciales que los pobladores de Montalvo visitan diariamente.*

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
<b>TIA</b>	<b>57</b>	<b>15%</b>
<b>Dismero</b>	60	16%
<b>Mercado</b>	<b>53</b>	<b>14%</b>
<b>Farmacia</b>	49	13%
<b>Ferretería</b>	<b>26</b>	<b>7%</b>
<b>Librería</b>	15	4%
<b>Papelería</b>	<b>15</b>	<b>4%</b>
<b>Restaurante</b>	42	11%
<b>Mini Tienda</b>	<b>38</b>	<b>10%</b>
<b>Locales de comida rápida</b>	15	4%
<b>Otros Locales Comerciales</b>	<b>8</b>	<b>2%</b>
<b>Total</b>	378	100%

*Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo*

*Elaborado por: Jaijasiel Acurio*



*Ilustración 3 Comerciales que los pobladores de Montalvo visitan diariamente>*

**Análisis:** Podemos notar que el consumo de productos de negocios como: TIA, Dismero, el mercado, farmacias, ferreterías, librerías, papelerías, restaurantes, mini tiendas, locales de comida rápida y demás locales comerciales, es frecuente en los habitantes del cantón, por lo que las personas a diario mínimo uno o dos productos de estos locales necesita comprar.

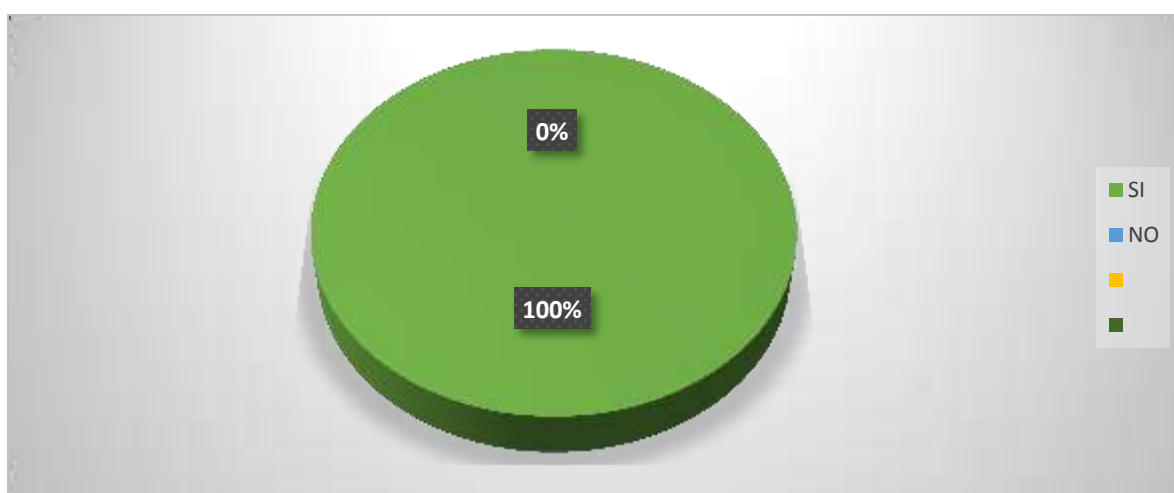
**PREGUNTA 3. ¿Usted usaría un servicio de entrega a domicilio rápida de cualquier artículo que necesite?**

*Tabla 3 Conocimiento del uso del servicio de entrega a domicilio por los habitantes deñ canyón Montalvo.*

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
<b>Si</b>	378	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	378	100%

*Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo*

*Elaborado por: Jaijasiel Acurio*



*Ilustración 4 Conocimiento del uso del servicio de entrega a domicilio por los habitantes deñ canyón Montalvo.*

**Análisis:** Todas las personas encuestadas indicaron que usarían un servicio de entrega rápida a domicilio de cualquier artículo que deseen comprar, ya que les pareció una buena forma de adquirir sus productos sin tener la necesidad de salir de su hogar o trabajo y poder recibirlo cómodamente al lugar que lo requiera.

#### PREGUNTA 4. ¿Con que frecuencia utilizaría este servicio?

Tabla 4 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio por los habitantes deñ canyón Montalvo.

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
<b>Siempre</b>	355	94%
<b>Casi Siempre</b>	23	6%
<b>A veces</b>	0	10%
<b>Rara vez</b>	0	0%
<b>Nunca</b>	0	0%
<b>Total</b>	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo

Elaborado por: Jaijasiel Acurio

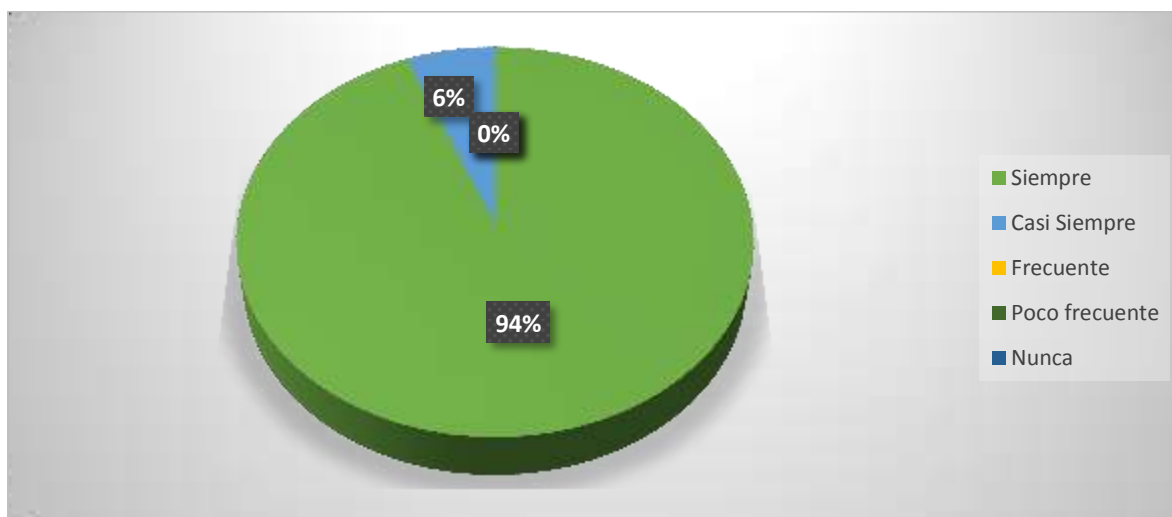


Ilustración 5 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio por los habitantes deñ canyón Montalvo.

**Análisis:** Se puede observar que la mayoría de las personas lo que representa a una cantidad de 355 personas usarían siempre el servicio de entrega rápida a domicilio y tan solo 23 personas lo usarían casi siempre lo que es aceptable para proseguir con la idea de negocio, ya que resultará efectiva y podrá ejecutarse con éxito.

### PREGUNTA 5. ¿Con que frecuencia utilizaría este servicio para envíos pequeños?

Tabla 5 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos pequeños por los habitantes deñ canyón Montalvo.

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
1 vez	155	41,01%
2 veces	145	38,36%
3 veces	78	20,63%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo

Elaborado por: Jaijasiel Acurio

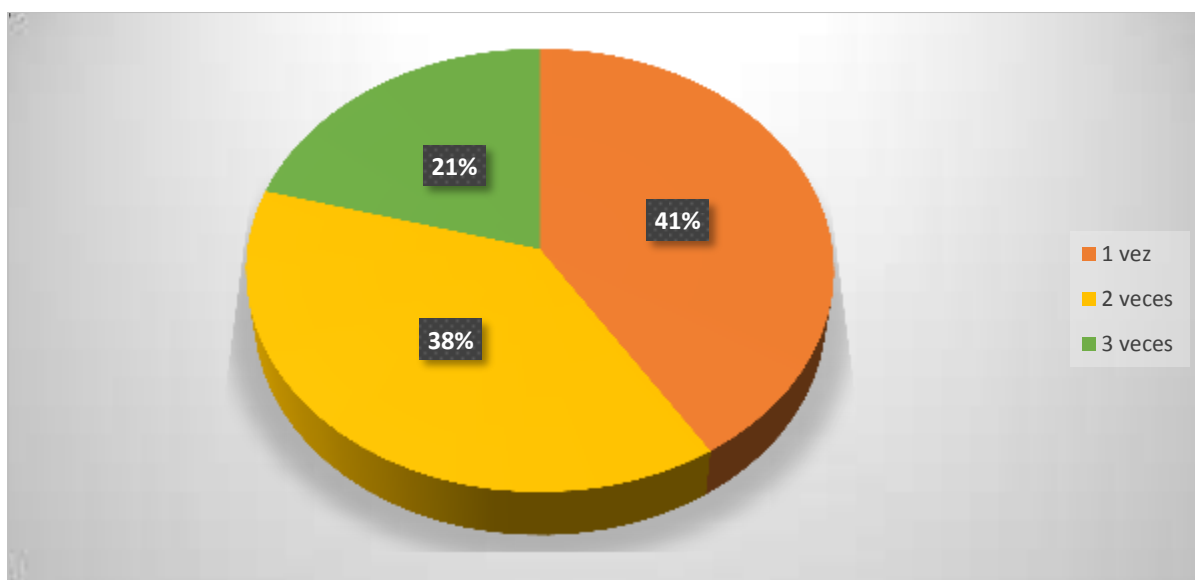


Ilustración 6 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos pequeños por los habitantes deñ canyón Montalvo.

**Análisis:** Se evidencia mediante las encuesta realizadas que la mayor frecuencia para los envíos pequeños cuenta con 155 personas solicitaran este servicio 1 días a la semana.

## PREGUNTA 6. ¿Con que frecuencia utilizaría este servicio para envíos medianos?

Tabla 6 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos medianos por los habitantes deñ canyón Montalvo.

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
1 vez	176	46,56%
2 veces	154	40,74%
3 veces	48	12,70%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo

Elaborado por: Jaijasiel Acurio

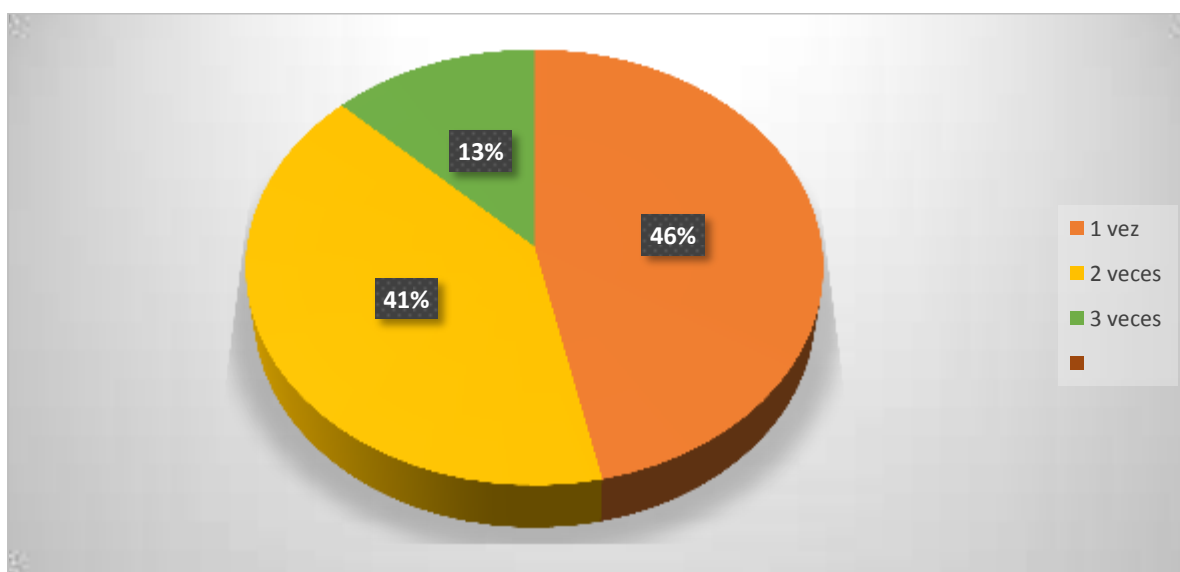


Ilustración 7 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos medianos por los habitantes deñ canyón Montalvo.

**Análisis:** Se evidencia mediante las encuesta realizadas que la mayor frecuencia para los envíos medianos cuenta con 176 personas solicitaran este servicio 1 días a la semana.

### PREGUNTA 7. ¿Con que frecuencia utilizaría este servicio para envíos grandes?

Tabla 7 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos grandes por los habitantes deñ canyón Montalvo.

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
1 vez	237	62,70%
2 veces	105	27,78%
3 veces	36	9,52%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo

Elaborado por: Jaijasiel Acurio

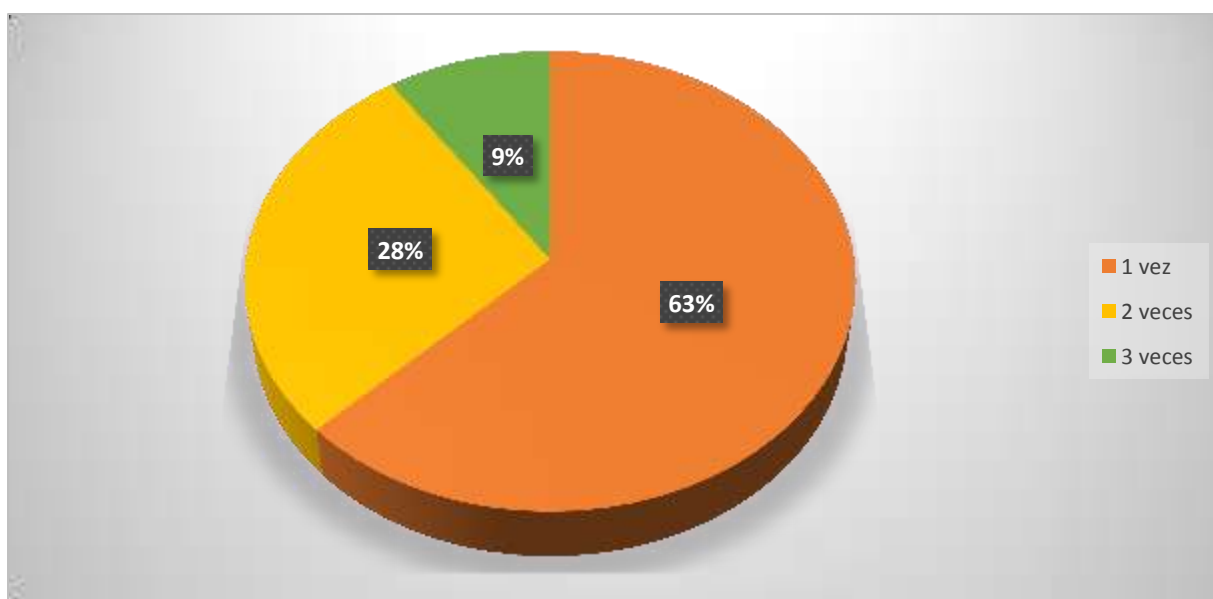


Ilustración 8 Frecuencia del uso del servicio de entrega a domicilio de envíos grandes por los habitantes deñ canyón Montalvo.

**Análisis:** Se evidencia mediante las encuesta realizadas que la mayor frecuencia para los envios grandes cuenta con 237 personas solicitaran este servicio 1 día a la semana, seguida por 123 personas que solicitan el servicio 1 días a la semana.

## PREGUNTA 8. ¿Desde qué lugar utilizaría este servicio?

Tabla 8 Conocimiento del lugar desde donde utilizaría el servicio.

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Hogar	268	71%
Trabajo	72	19%
Universidad	38	10%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo

Elaborado por: Jaijasiel Acurio

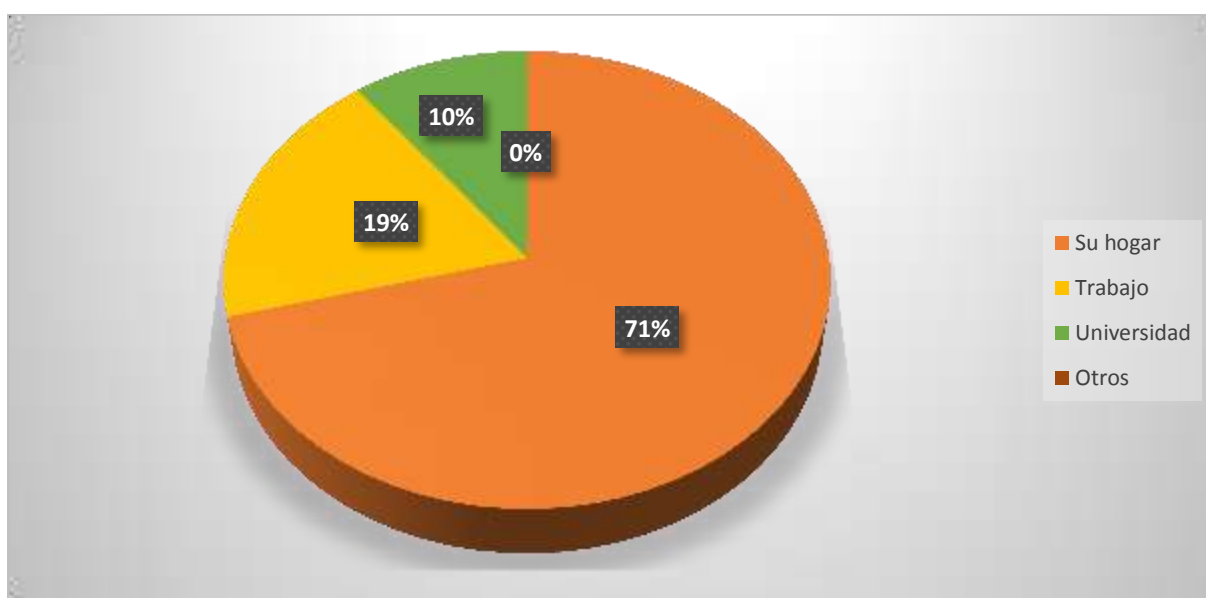


Ilustración 9 Conocimiento del lugar desde donde utilizarían el servicio.

**Análisis:** Del total de la muestra, 268 personas encuestadas respondieron que usarían el servicio de entrega rápida desde la comodidad de sus hogares, pero en cambio a 72 de las personas encuestadas indicaron que desean utilizar este servicio desde sus trabajos y 38 de las personas encuestadas usarían este servicio desde la universidad donde estudian.



## PREGUNTA 9. ¿Mediante qué medio de transporte suele trasladarse hacer compras?

Tabla 9 Conocimiento del medio de transporte que utilizan los pobladores del cantón para realizar sus compras.

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Auto o carro	z	3%
Moto	117	31%
Taxi	60	16%
Autobús	60	16%
Bicicleta	23	6%
Caminando	106	28%
Total	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo

Elaborado por: Jaijasiel Acurio

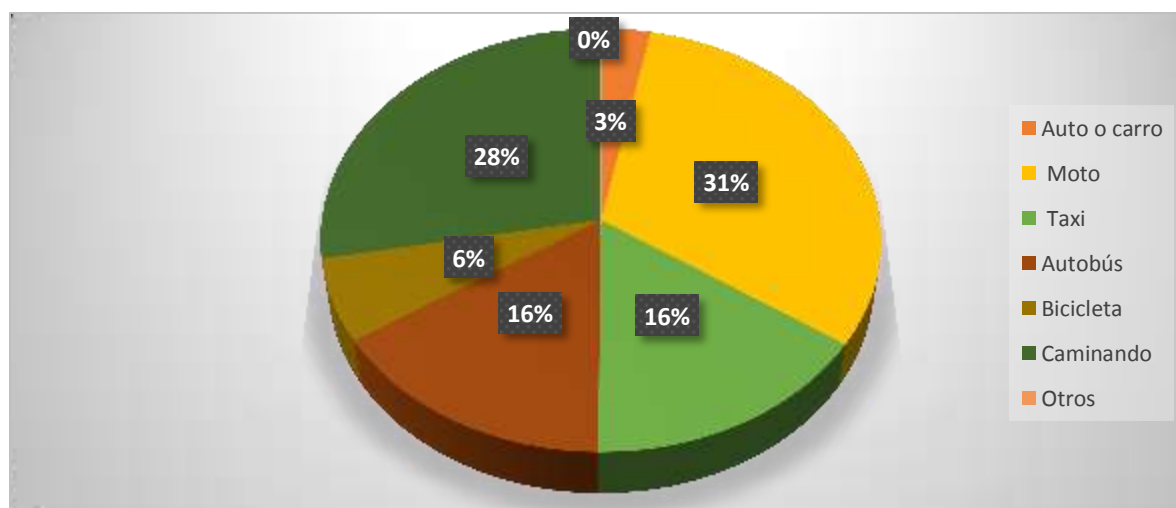


Ilustración 10 Conocimiento del medio de transporte que utilizan los pobladores del cantón para realizar sus compras.

**Análisis:** Se puede observar que las personas más se trasladan a comprar a través de motos, taxi, autobús y también caminan para ir a los locales a comprar los productos que necesitan, por lo que implementar este servicio sería muy factible para aquellas personas ya que no necesitarían salir, ni gastar combustible, tampoco dinero en ida y vuelta en transporte.

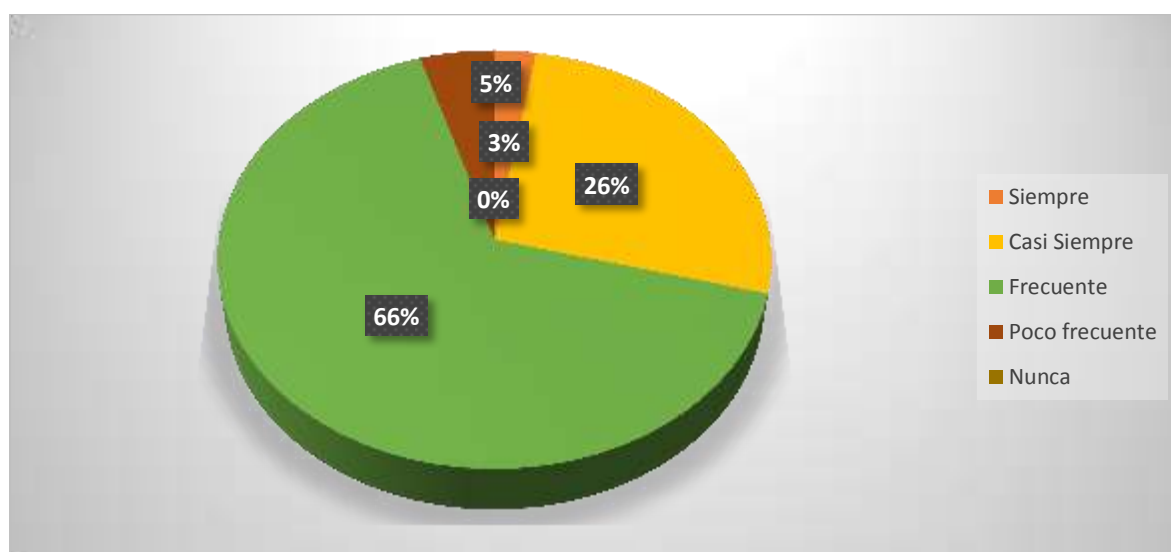
**PREGUNTA 10. ¿Si usted utiliza un vehículo que necesita combustible, con qué frecuencia visita la gasolinera?**

*Tabla 10 Frecuencia de visita a la gasolinera por los habitantes del cantón.*

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
<b>Siempre</b>	19	5%
<b>Casi Siempre</b>	98	26%
<b>Frecuente</b>	250	66%
<b>Poco frecuente</b>	11	3%
<b>Nunca</b>	0	0%
<b>Total</b>	378	100%

*Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo*

*Elaborado por: Jaijasiel Acurio*



*Ilustración 11 Frecuencia de visita a la gasolinera por los habitantes del cantón.*

**Análisis:** Se puede notar que el consumo por parte de las personas que salen a comprar en sus vehículos es frecuente por lo que invierten dinero en combustible y más tiempo de lo destinado a salir adquirir un producto, representando a 250 personas que frecuentemente se dirigen a gasolineras antes de ir a comprar. Por lo que le resultara útil adquirir un servicio de entrega rápida a domicilio.

### PREGUNTA 11. ¿Usted maneja dispositivos tecnológicos?

Tabla 11 Conocimiento del uso de dispositivos tecnológicos.

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	370	98%
No	8	2%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo

Elaborado por: Jaijasiel Acurio

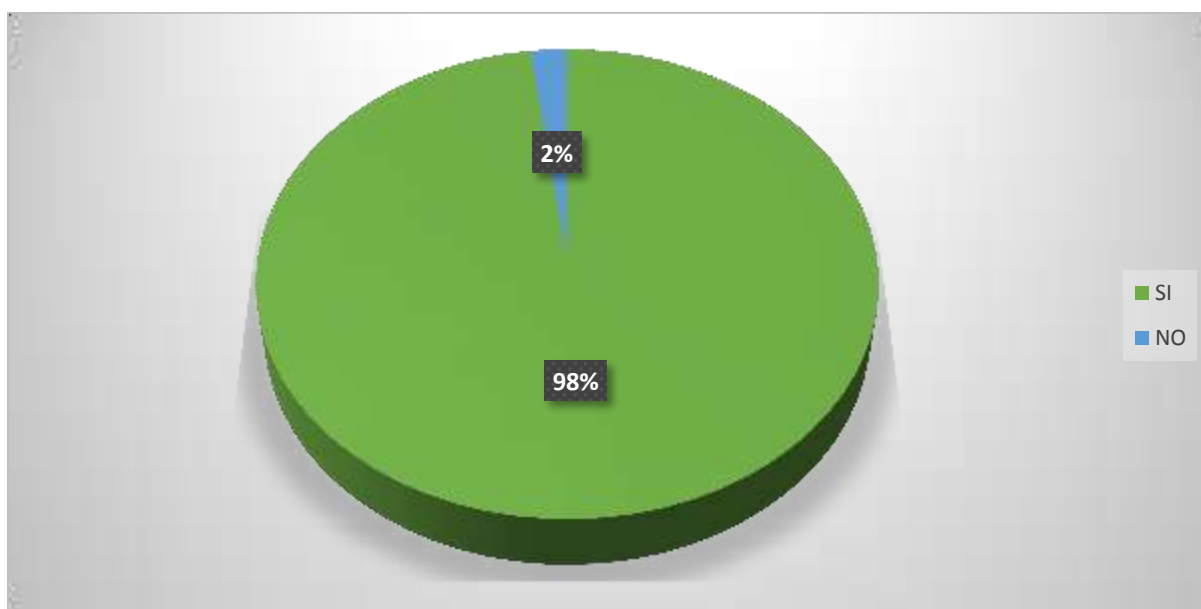


Ilustración 12 Conocimiento del uso de dispositivos tecnológicos.

**Análisis:** De todas las personas encuestadas, 370 utilizan y tienen a su disposición un smartphone, y pueden manejar perfectamente todas las aplicaciones de aquel dispositivo, y tan solo 8 personas no usan dispositivos tecnológicos debido a que son adultos mayores que no tienen conocimiento del manejo de este dispositivo, aquellas personas aún usan el celular tradicional en el que solo reciben y realizan llamadas o mensajes de texto.

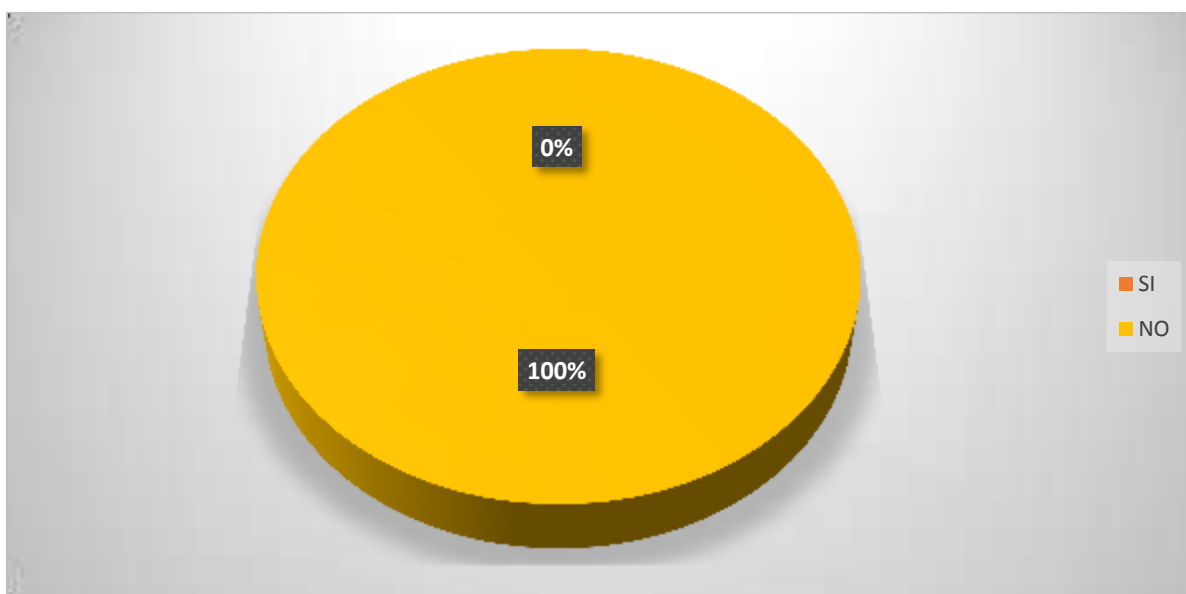
**PREGUNTA 12. ¿Conoce alguna aplicación de servicio de entrega rápida a domicilio en el cantón Montalvo?**

*Tabla 12 Conocimiento de las personas de una aplicación de servicio a domicilio.*

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	0	0%
No	378	100%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo*

*Elaborado por: Jaijasiel Acurio*



*Ilustración 13 Conocimiento de las personas de una aplicación de servicio a domicilio.*

**Análisis:** La respuesta de todas las personas encuestadas fue que no conocen de ninguna aplicación de servicio de entrega rápida a domicilio, por lo que resulta muy factible la idea de negocio de ofrecer este tipo de servicio ya que no tendremos que enfrentarnos a una competencia y sería el único negocio liderando el mercado en el cantón Montalvo.

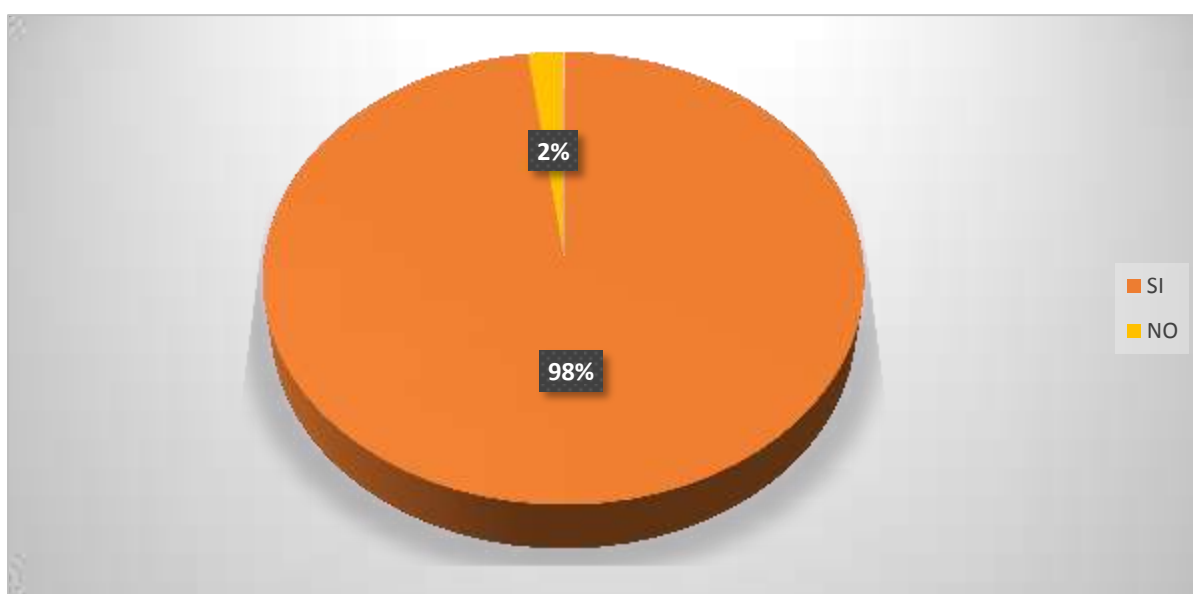
**PREGUNTA 13. ¿Utilizaría una aplicación para adquirir un servicio de entrega rápida a domicilio de cualquier artículo que necesite?**

*Tabla 13 Conocimiento del uso que darían los pobladores a la aplicación.*

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	370	98%
No	8	2%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo*

*Elaborado por: Jaijasiel Acurio*



*Ilustración 14 Conocimiento del uso que darían los pobladores a la aplicación.*

**Análisis:** La cantidad de 370 personas encuestadas respondieron que, si utilizarían una aplicación para adquirir el servicio de entrega rápida a domicilio ya que, si tienen un Smartphone y les resulta muy fácil manejar dicho dispositivo, pero en cambio 8 personas encuestadas no la utilizarían debido a que no tienen un dispositivo Smartphone, pero aquellas personas podrán adquirir dicho servicio mediante otros medios como por ejemplo llamada telefónica.

## PREGUNTA 14. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales?

Tabla 14 Frecuencia des uso de redes sociales por los pobladores del cantón. .

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
<b>Siempre</b>	300	79%
<b>Casi Siempre</b>	70	19%
<b>Frecuente</b>	0	0%
<b>Poco frecuente</b>	0	0%
<b>Nunca</b>	8	2%
<b>Total</b>	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo

Elaborado por: Jaijasiel Acurio

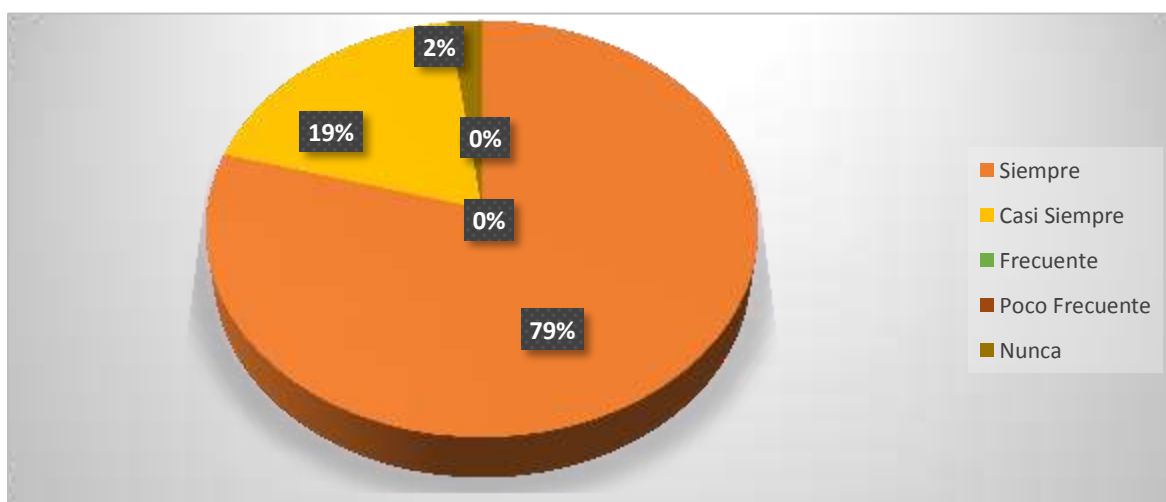


Ilustración 15 Frecuencia des uso de redes sociales por los pobladores del cantón..

**Análisis:** Debido a la globalización tecnológica casi todas las personas usan redes sociales, en la encuesta realizada a las personas que viven en el cantón Montalvo y 300 de ellas indicaron que usan siempre las redes sociales, 70 usan casi siempre las redes sociales debido que su tiempo lo tienen limitado ya que trabajan, y las 8 personas que nunca utilizan las redes sociales es porque son adultos mayores y ellos solo manejan los celulares tradicionales o teléfonos convencionales. Lo que nos indica que es muy factible usar una aplicación para adquirir dicho servicio, pero también tener acceso a otro medio de adquisición del servicio.

### PREGUNTA 15. ¿Qué tipo de redes sociales utiliza?

Tabla 15 Conocimiento del tipo de redes sociales que utilizan los pobladores del cantón.

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Facebook	208	55%
Instagram	140	37 %
Twitter	27	7%
Ninguna	3	1%
Otra	0	0%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo

Elaborado por: Jaijasiel Acurio

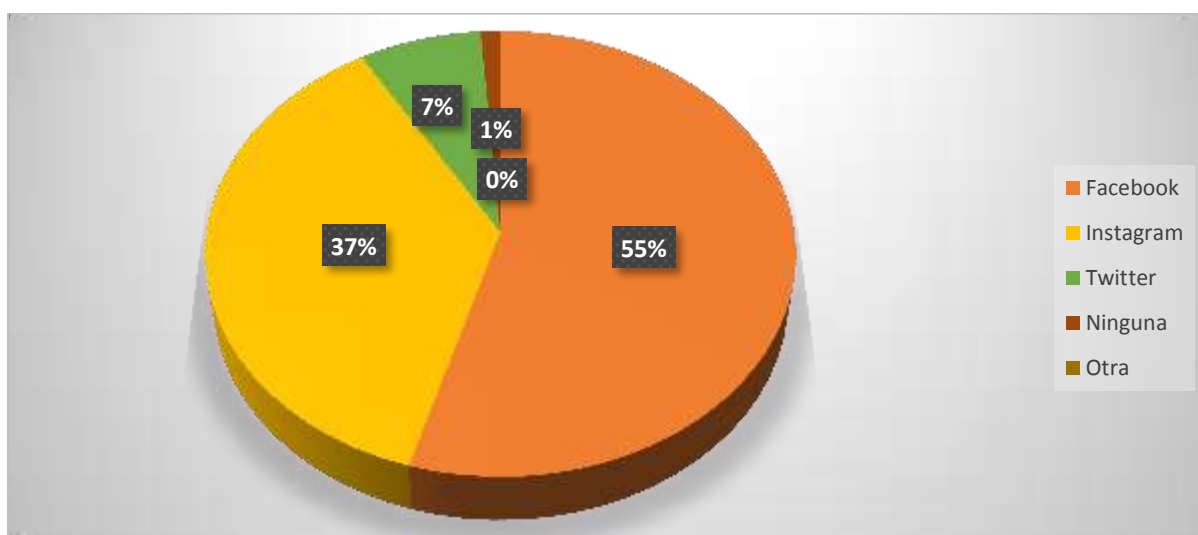


Ilustración 16 Conocimiento del tipo de redes sociales que utilizan los pobladores del cantón.

**Análisis:** La respuesta que se obtuvo fue que la red social más utilizada es Facebook, ya que 208 personas la utilizan a diario, en cambio la red social Instagram que también es muy usada, pero en menor proporción en comparación a la anterior debido a que 140 la utilizan a diario, continuando con la tercera red social más utilizada que es Twitter esta aplicación en el cantón Montalvo pocos la utilizan ya que tan solo 27 personas la usan. Por último solo 8 personas no utilizan ninguna red social debido a que son adultos mayores y no usan smartphone como se lo ha mencionado anteriormente.

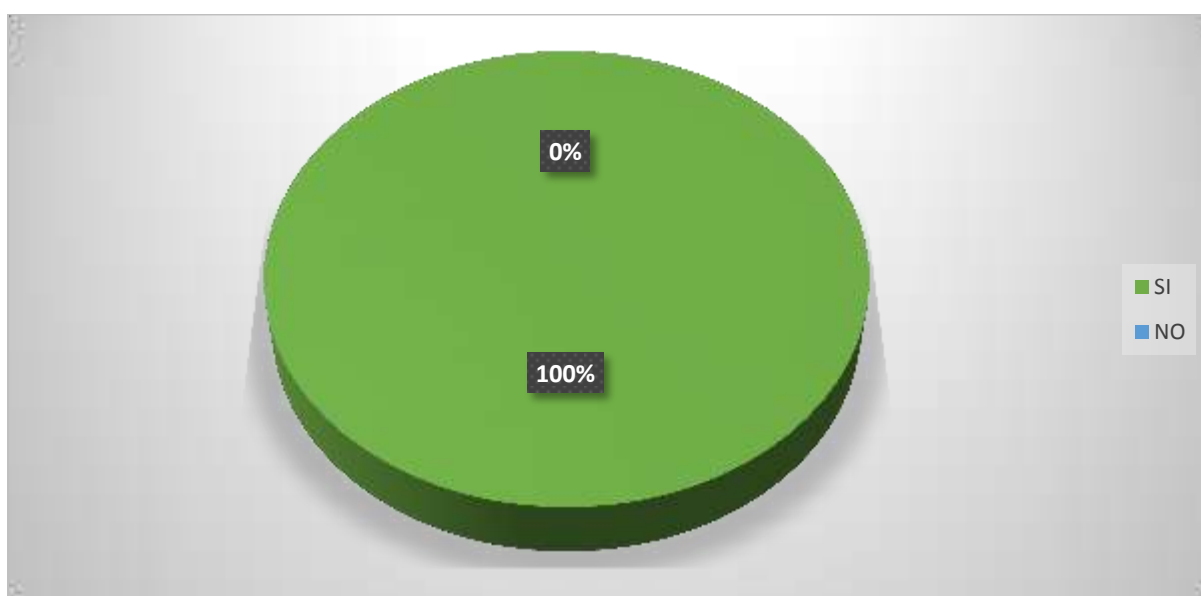
**PREGUNTA 16. ¿Pagaría una cantidad adicional al valor total de los productos por un servicio de entrega rápida a domicilio?**

*Tabla 16 Conocimiento del pago que los pobladores estan dispuestos a realizar.*

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
<b>Si</b>	378	100%
<b>No</b>	0	%
<b>Total</b>	378	100%

*Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo*

*Elaborado por: Jaijasiel Acurio*



*Ilustración 17 Conocimiento del pago que los pobladores estan dispuestos a realizar.*

**Análisis** Todas las personas encuestadas indicaron que, si pagarían una cantidad adicional al valor total de los productos por un servicio de entrega rápida a domicilio, por lo que la idea de negocio resulta muy factible ejecutarla, ya que tendrá la acogida que se espera por parte de las personas que viven en el cantón Montalvo.



### PREGUNTA 17. ¿Qué forma de pago escogería para pagar por este servicio?

Tabla 17 Conocimiento de la forma de pago que utilizan los pobladores del cantón.

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
<b>Efectivo</b>	378	100%
<b>Tarjeta de Crédito</b>	0	%
<b>Otros</b>	0	0%
<b>Total</b>	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo

Elaborado por: Jaijasiel Acurio

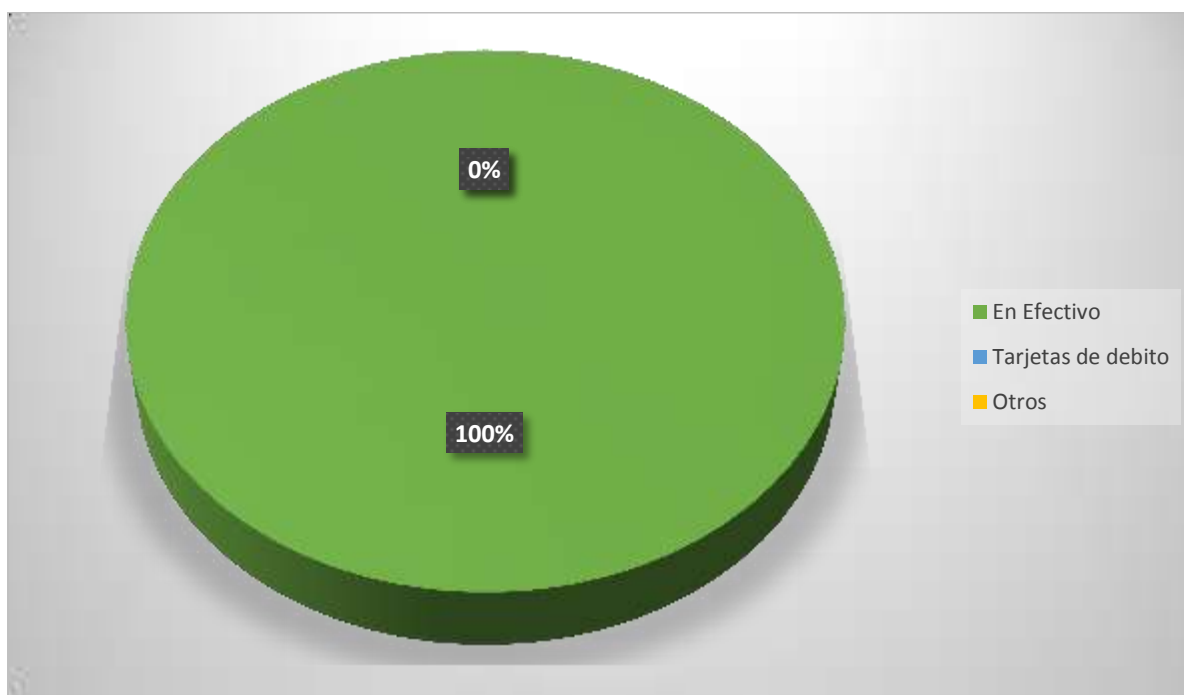


Ilustración 18 Conocimiento de la forma de pago que utilizan los pobladores del cantón.

**Análisis:** En su totalidad, las personas encuestadas que fueron 378 indicaron que les resultaría mejor y más práctico que el pago por el servicio de entrega rápida a domicilio sea en efectivo al momento de recibir su pedido, dando constancia y verificación de lo que solicito.

### PREGUNTA 18. ¿Cree usted que sería un servicio seguro?

Tabla 18 Seguridad del servicio de entrega a domicilio

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
<b>Siempre</b>	100	27%
<b>Casi Siempre</b>	178	47%
<b>Probable</b>	100	26%
<b>Poco Probable</b>	0	0%
<b>Nunca</b>	0	0%
<b>Total</b>	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo

Elaborado por: Jaijasiel Acurio

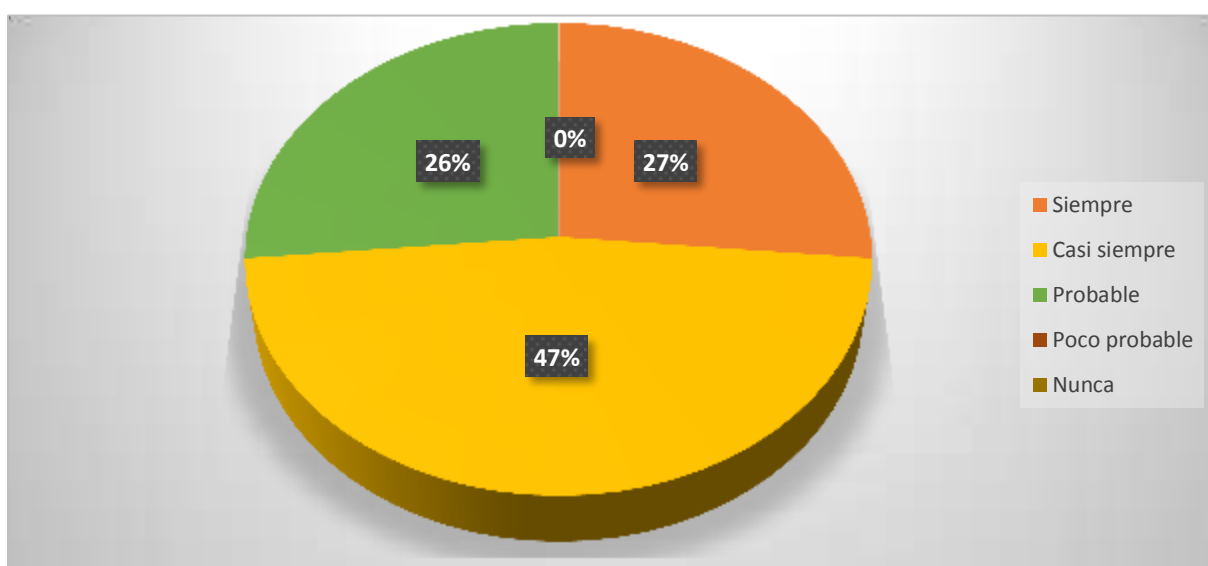


Ilustración 19 Seguridad del servicio de entrega a domicilio

**Análisis:** Con respecto a la seguridad del servicio de entrega rápida a domicilio, a 100 personas le resultó siempre seguro, a 178 personas en cambio les pareció casi siempre seguro y a 100 personas les resultó probable de que el servicio sea seguro, es factible que la idea de negocio se ponga en marcha debido a ninguna persona respondió que el servicio nunca sería seguro, y es por eso que después de poner en marcha dicho emprendimiento se dará fe y se mostrará con hechos la total seguridad del servicio.

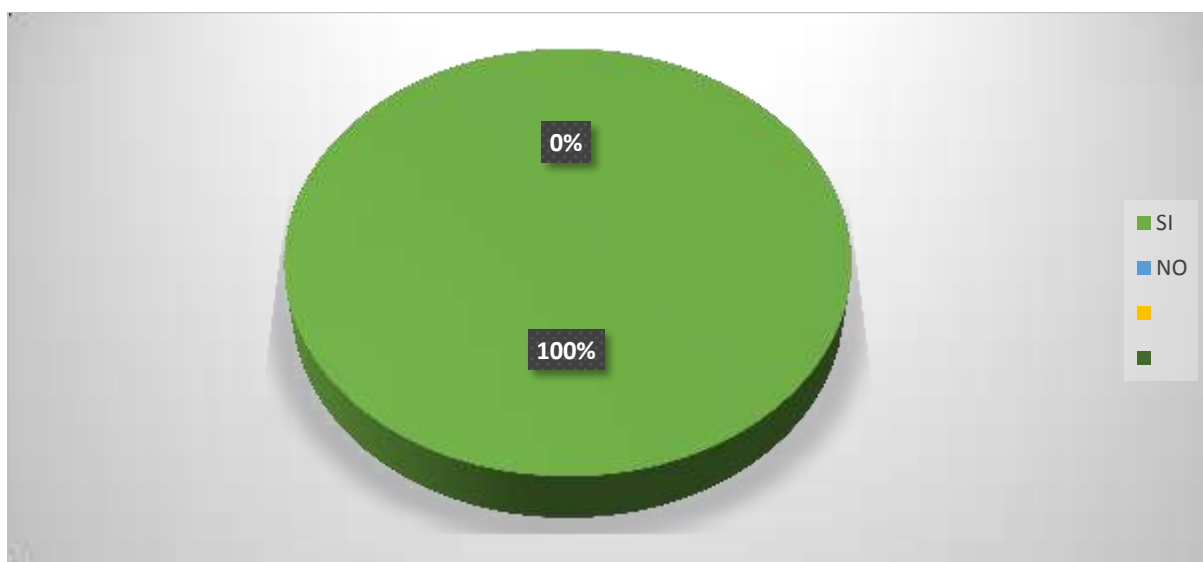
**PREGUNTA 19. ¿Estaría dispuesto a usar solo fundas de reciclaje para cuidar nuestro medio ambiente?**

*Tabla 19 Conocimiento de la aceptación de las fundas de reciclaje por los pobladores del cantón.*

Alternativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
<b>Efectivo</b>	378	100%
<b>Tarjeta de Crédito</b>	0	%
<b>Otros</b>	0	0%
<b>Total</b>	378	100%

*Fuente: Encuesta realizada a la población de Montalvo*

*Elaborado por: Jaijasiel Acurio*



*Ilustración 20 Conocimiento de la aceptación de las fundas de reciclaje por los pobladores del cantón.*

**Análisis:** A todas las personas encuestadas les parece muy bien y les gustaría siempre utilizar fundas reciclables, lo que beneficia a la idea de negocio a poner en marchas la estrategia de cuidar el medio ambiente mediante fundas de reciclaje.

### 1.3.3. Informe ejecutivo.

Para efectuar el presente proyecto de emprendimiento se realizó una encuesta a 378 ciudadanos del cantón Montalvo, priorizando a las amas de casa, colaboradores de instituciones públicas y privadas, universitarios y demás personas que frecuentan comerciales como: Tía, Dismero, farmacias, mercado, restaurantes, mini tiendas, ferretería, etc.

La encuesta se llevó a cabo por medio de preguntas cerradas y de opción múltiple, fue ejecutada cerca de los comerciales mencionados anteriormente y en los hogares de las familias montalvinas, a personas de género masculino y femenino, de diferentes edades (entre jóvenes, adultos y adultos mayores); a continuación, se detalla lo más importante de la información recolectada:

- ✓ Al 100% de las personas encuestadas respondieron que si usarían un servicio de entrega a domicilio rápida de cualquier artículo que necesiten.
- ✓ Se determinó que el 71% de los encuestados usarían este servicio desde sus hogares, mientras que el 19% de los encuestados lo usarían desde su lugar de trabajo.
- ✓ Las 370 personas encuestadas saben manejar dispositivos tecnológicos con los que pudieran solicitar el servicio, y tan solo 8 personas no saben manejar dispositivos tecnológicos, esto se debe a que son adultos mayores.
- ✓ Al total de los encuestados (378 personas encuestadas) no conocen de una aplicación que ofrezca un servicio de entrega rápida a domicilio en el cantón Montalvo.
- ✓ El 98% de encuestados utilizarían una aplicación para adquirir un servicio de entrega rápida a domicilio de cualquier artículo que necesiten.

- ✓ Se determinó que a todas las personas encuestadas si están dispuestas a pagar una cantidad adicional al valor total de los productos por un servicio de entrega rápida a domicilio.

#### **1.3.4- Análisis de la Competencia.**

El presente emprendimiento FAST SERVICE que consiste en un servicio de entrega rápida al lugar donde necesite el cliente (domicilio, trabajo,, otros), tiene una gran ventaja debido a que en el cantón Montalvo no existe una empresa que ofrezca el mismo servicio, por lo que este nuevo emprendimiento será el único en el mercado.

En este cantón solo existe el servicio de transporte de carga mediante triciclos, camionetas o tricimoto, estos servicios no están siempre al alcance de los clientes en el momento que lo necesitan, tampoco brindan su servicio más de 12 horas al día y no son muy cómodos para los clientes. Es una prueba clara de que el nuevo servicio de FAST SERVICE podrá satisfacer las necesidades de los habitantes del cantón.

## **2. CAPÍTULO II DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO.**

### **2.1.Descripción del Emprendimiento.**

#### **2.1.1. Detalle formal del negocio.**

FAST SERVICE es un emprendimiento nuevo en el cantón Montalvo de la provincia de Los Ríos, debido a que no existe ningún servicio de entrega rápida a domicilio por lo que las personas se trasladan a los distintos locales comerciales para adquirir un producto como tradicionalmente se han realizado. Este emprendimiento es innovador ya que brindará una aplicación de uso y manejo practico para las personas que viven en el cantón Montalvo

puedan adquirir dicho servicio, también estará a disposición una página de Facebook con la información necesaria y pertinente del servicio de esta manera podrá tener acceso también a los números de teléfono en el caso de querer contactar el servicio a través de llamadas telefónicas.

El presente emprendimiento tendrá como política contribuir al cuidado del medio ambiente, y lo realizará por medio de fundas de papel despacho o reciclables donde se entregará el pedido de los clientes impartiendo costumbres de reciclaje, protección y cuidado ambiental, siendo una estrategia para darle valor agregado al servicio, además brindará también la entrega de todo tipo y cantidad de artículos, ya sean de comisariatos como TIA y Dismero, farmacias, ferreterías, librerías, papelería, restaurantes, locales de comidas rápidas, mini tiendas y demás locales comerciales, del cantón Montalvo y podrán hacer sus pedidos desde que empiecen a funcionar dichos negocios hasta su cierre,

Resulta factible y rentable financieramente debido a que este servicio está al alcance del poder adquisitivo de las personas que habitan en el cantón Montalvo, además de que el mantenimiento de los vehículos para el transporte de los pedidos es bajo, y no se necesita de una infraestructura para iniciar con el emprendimiento, la inversión está destinada a la creación de la aplicación y páginas en redes sociales para la publicidad del servicio, también se invertirá en los sueldos todo el personal del emprendimiento, y por último en los equipos para seguridad de los operarios y su material de entrega que son las fundas reciclables.

Las personas al adquirir este servicio les resultasen muy beneficioso porque podrán economizar su tiempo y destinarlo a distintas actividades que deseen, así mismo para personas que desde su trabajo necesiten de urgencia un artículo podrán obtenerlo cómodamente sin tener que salir de su trabajo,

### **2.1.2. Razón Social.**

Es primordial dar un nombre legal y oficial al presente emprendimiento, el mismo debe distinguir e identificar a la empresa en la respectiva documentación y permite constituir a la persona jurídica, La razón social que será asignada a la empresa es “Entregas a Domicilio Saucedo”, será nombrado así debido al tipo de servicio que ofrecerá que es un servicio de entrega a domicilio rápido y el apellido materno de la creadora de la empresa.

### **2.1.3. Isologo.**

Es la combinación de un gráfico con letras, el mismo debe ser corto y de colores vivos y llamativos.



Este Isologo está conformado por un rayo que significa la rapidez del servicio y el nombre FAST SERVICE que traducido al español dice servicio rápido.

### **2.1.4. Slogan.**

Todo lo que necesites en el momento y lugar que desees.

### **2.1.5. Servicio.**

FAST SERVICE ofrecerá un servicio de entrega a domicilio de todo tipo de artículo y la cantidad que necesite ya sean de comisariatos como TIA y Dismero, farmacias, ferreterías, librerías, papelería, restaurantes, locales de comidas rápidas, mini tiendas y demás locales

comerciales, del cantón Montalvo; cualquiera de estos artículos el cliente lo recibirá en bolsas reciclable

## **2.2.Fundamentación Gerencial del Emprendimiento.**

La formación gerencial de este proyecto se sustenta en los principios fundamentales de la administración, por el cual se efectúa cada actividad en el presente emprendimiento, la idea de negocio será concretada y bien reconocida si cumple con los estándares de calidad en el servicio que ofrecerá a sus clientes.

FAST SERVICE acatará las disposiciones formales que deba cumplir, como la creación de: la misión, visión, valores corporativos, políticas de calidad, objetivos empresariales y el FODA, propios previstos y realizados previa a la etapa de la planificación y posteriormente concretándolos.

### **2.2.1. Misión.**

La empresa FAST SERVICE tiene como misión ofertar el mejor servicio de entrega a domicilio de cualquier artículo de locales comerciales como: TIA, Dismero, farmacias, ferreterías, librerías, papelería, restaurantes, locales de comidas rápidas, mini tiendas y demás locales comerciales del cantón Montalvo; entregando los productos en bolsas reciclables al lugar que el cliente lo necesite (su hogar, lugar de trabajo, etc.)



*Ilustración 22 Misión del emprendimiento.*



### 2.2.2. Visión.

Para el 2024, la empresa FAST SERVICE extenderá su servicio a nivel provincial (Los Ríos) y será reconocida líder en el servicio de entrega a domicilio en la provincia de Los Ríos, impulsado por la iniciativa de cuidar el medio ambiente utilizando bolsas reciclables, ofreciendo siempre un servicio de rápido y de calidad.



*Ilustración 23 Visión del emprendimiento.*

### 2.2.3. Valores.

#### **Eficiencia.**

El servicio que ofrece FAST SERVICE será eficiente, cumpliendo con lo requerido por el cliente, en cuanto las características del o los productos que el cliente solicite, el lugar y el tiempo en que desee que su pedido llegue.

#### **Innovación.**

FAST SERVICE contará con una aplicación innovadora donde podrá solicitar el servicio respectivo, además contará con una página de Facebook con la información pertinente y número de teléfono en el caso que el cliente desee contactar el servicio a través de llamada telefónica.

**Responsabilidad.**

La empresa FAST SERVICE capacitará todo su personal a través de la empresa de capacitación Inder con los conocimientos actualizados y que el grado del servicio tenga un nivel alto de profesionalismo.

**Calidad.**

Ofrecer un servicio de entrega a domicilio acatando los más altos estándares calidad e higiene en el transporte de los productos hasta su destino.

**Excelencia en el servicio.**

La empresa FAST SERVICE contará con un personal debidamente capacitado el cual atenderá y entregará el servicio al cliente con excelencia.

**2.2.4. Política de calidad.**

FAST SERVICE tiene dos políticas principales e importantes que son:

Ofrecer el mejor servicio de entrega a domicilio brindando un trato cálido, amable y muy respetuoso hacia el cliente.

Cuidar el medio ambiente haciendo la entrega de cada pedido de los clientes en bolsas de papel despacho o de reciclaje.

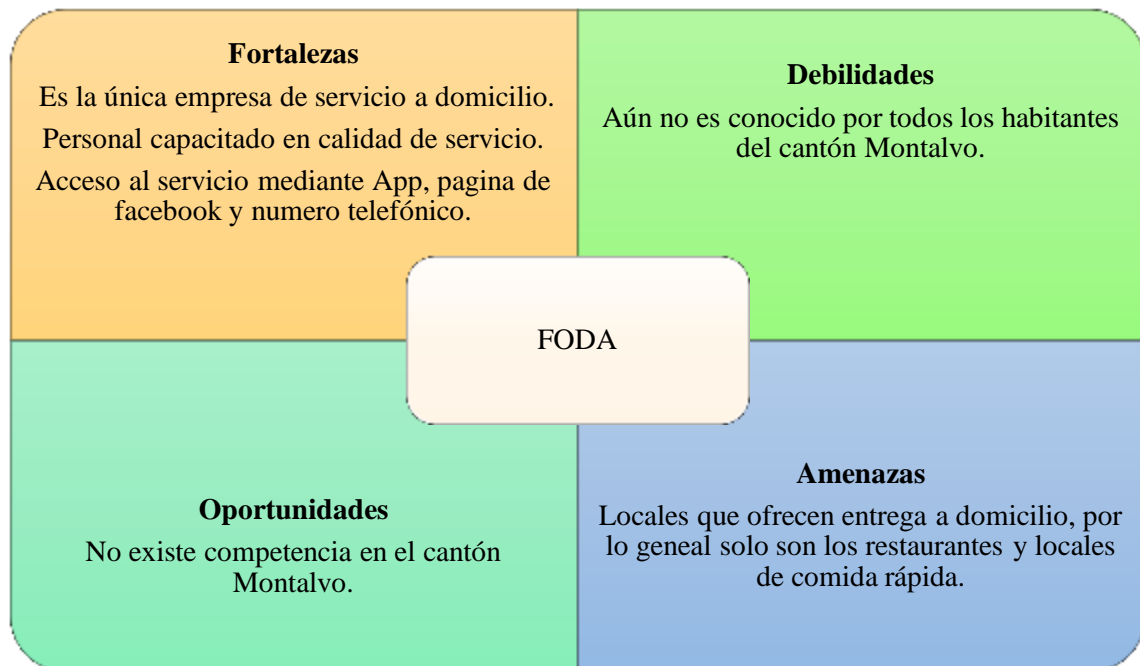
**2.2.5. Objetivos empresariales.**

Ofrecer a los clientes un servicio de entrega a domicilio de cualquier artículo de locales comerciales como: TIA y Dismero, farmacias, ferreterías, librerías, papelería, restaurantes, locales de comidas rápidas, mini tiendas y demás locales comerciales del cantón Montalvo

cumpliendo con los estándares de calidad ofreciendo siempre un excelente servicio con un trato cálido y amable priorizando que todo pedido llegue como el cliente lo requiera.

### 2.2.6. Matriz FODA.

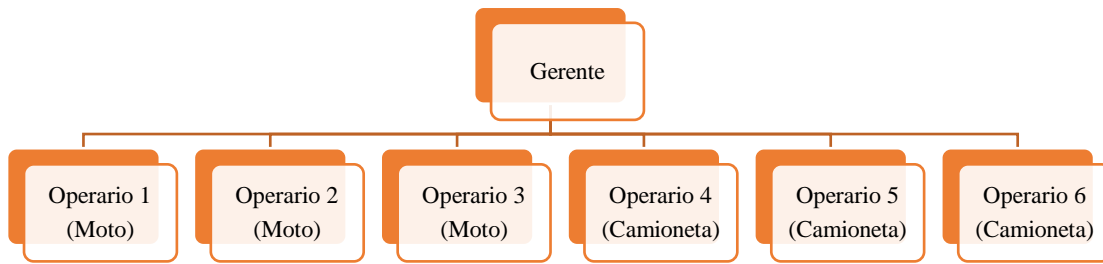
Tabla 20 Matriz FODA.



*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

## 2.3. Estructura Organizacional y Funcional.

### 2.3.1. Organigrama.



*Ilustración 24 Organigrama Funcional*

### 2.3.2. Estructura Organizacional y Funcional

**Área:** Administrativa.

**Cargo:** Gerente. Propietario del emprendimiento/negocio

**Funciones:**

- Administra los recursos del negocio.
- Gestiona y efectúa las actividades del negocio.
- Maneja las redes sociales, la aplicación y atiende las llamadas del servicio.
- Designa los pedidos a los operarios y a qué lugar debe dirigirse el operario.
- Organiza y estructura los turnos rotativos de trabajo a los empleados.
- Controla y supervisa las entregas por los operarios.

**Área:** Operativa.

**Cargo:** Chofer de moto.

**Funciones:**

- Conducir la moto respetando las señales de tránsito.

- Comprar el pedido del cliente.
- Entregar el pedido al cliente respectivamente.

**Área:** Operativa.



**Cargo:** Chofer de moto.

**Funciones:**

- Conducir la camioneta respetando las señales de tránsito.
- Comprar El Pedido del cliente.
- Entregar el pedido al cliente respectivamente.

**3. CAPÍTULO III. MODELO DE NEGOCIO.**

Tabla 21 Modelo de Negocio FAST SERVICE.

<p><b>Red de Socios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personal que cuente con vehículo para conducir.</li> <li>✓ Persona encargada de la creación y diseño de la aplicación.</li> <li>✓ Proveedor para el equipamiento del motociclista y donde transportar el artículo.</li> </ul>	<p><b>Actividades clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Servicio de entrega rápida y segura.</li> <li>✓ Desarrollo de página web y publicidad para redes sociales.</li> <li>✓ Adquisición de aplicación para el servicio.</li> </ul>	<p><b>Propuestas de valor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Entrega rápida de artículos.</li> <li>✓ Facilidad de manejo de la aplicación.</li> <li>✓ Servicio seguro.</li> <li>✓ Excelente atención al cliente.</li> </ul> 	<p><b>Relaciones con clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Descuentos en una entrega a clientes frecuentes.</li> <li>✓ Interacción en redes sociales.</li> </ul>	<p><b>Segmento de mercado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Toda la población de Montalvo (hombres, mujeres, adolescentes, adultos mayores,).</li> </ul> 
<p><b>Estructura de costes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Adquisición de los activos.</li> <li>✓ Pago al personal.</li> <li>✓ Pago por mantenimiento de las motos.</li> <li>✓ Pago de impuestos e intereses por préstamo bancario.</li> <li>✓ Pago a los proveedores.</li> </ul>			<p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aplicación para Smartphone.</li> <li>✓ Redes sociales.</li> </ul>	

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acuri

### **3.1. Segmento del Mercado.**

Para todo modelo de negocio los clientes son lo fundamental y primordial, debido a que las empresas no pueden funcionar si no adquieren clientes, por lo que los negocios por lo general segmentan sus mercados de acuerdo a las necesidades, comportamiento, características, sus gustos y preferencias de los clientes.

El segmento de mercado al que está dirigido el servicio de FAST SERVICE es a toda la población del cantón Montalvo (hombres, mujeres, adolescentes, adultos mayores) que gusten de un servicio a domicilio de artículos de locales comerciales, mercado etc., y además personas cercanas al cantón, como del sector Pisagua Alto, Medio y Bajo e incluso las parroquias de La Esmeralda y Pretoria.

### **3.2. Productos y servicios como propuesta de valor.**

Todo producto o servicio que un negocio o emprendimiento ofrezca es su propuesta de valor, ya que su propósito es satisfacer las necesidades de los clientes, en el caso FAST SERVICE presenta una alternativa nueva e innovadora de adquirir sus productos en bolsas de papel despacho por medio de llamada telefónica, una aplicación o a través de las redes sociales, este servicio se encontrará en el cantón Montalvo provincia de los Ríos.

Lo que busca este servicio es facilitar a las personas la compra de artículos de establecimientos como TÍA, Dismero, farmacias, ferreterías, mini tiendas, mercado, papelerías, librerías, restaurantes, comidas rápidas, etc. Para que así las personas puedan economizar su tiempo y dirigirlo a otra actividad que deseen realizar, también facilita a personas que por su trabajo se les hace muy complicado comprar los artículos para sus hogares, ofreciendo al cliente un manejo práctico y sencillo de la aplicación y garantizando la seguridad del mismo, con la mejor atención al cliente cumpliendo con sus pedidos y con una entrega rápida del mismo.

### **3.3. Canales de Comercialización.**

Para la información y publicidad del negocio se utilizan canales de comercialización, los mismos que darán a conocer el cómo es el servicio a los clientes y que será uno de los medios por el cual se realicen los pedidos, es muy importante debido a que los negocios funcionan por sus clientes, caso contrario tienden a morir en poco tiempo.

El modelo de negocio FAST SERVICE utilizará como canal de distribución una aplicación para smartphone o iPhone de uso y manejo fácil en donde estará la información suficiente y pertinente del servicio que ofrece, también estará a disposición las redes sociales con la misma información.

### **3.4. Relaciones con los clientes.**

El modelo de negocio FAST SERVICE procura adquirir clientes tanto reales como potenciales para fidelizarlos, de esta manera relacionarlos con el negocio y otorgándoles promociones, descuentos, una vez que sus compras sean diarias y superen el mes, también se realizará interacciones en redes sociales para clientes nuevos y ya conocidos como por transmisiones en vivo en Facebook, esto se dará en fechas especiales y festivas del año.

### **3.5. Fuentes de Ingreso.**

La principal fuente de ingreso del negocio FAST SERVICE será el valor monetario del transporte (moto o camioneta) de artículos de: negocios como: Tía, Dismero, ferreterías, mercado, mini tiendas, farmacias, librerías, papelerías, licorerías y todo restaurante ubicado en Montalvo. los artículos al destino de cada cliente, el pago será directo al transportista que haga la entrega del pedido en efectivo o también posteriormente se implantará una forma de pago electrónica a través de una transacción realizada en la aplicación con el número de tarjeta de crédito o débito del cliente. La forma de pago será de acuerdo a la disposición y preferencia del cliente.






### 3.6. Activos para el Funcionamiento del Negocio.

En la puesta en marcha del negocio FAST SERVICE se adquirirá activos para su funcionamiento los mismos que serán los recursos claves del negocio. Inicialmente se tendrá como alternativa el funcionamiento del servicio desde el domicilio del gerente, debido a que no es necesaria la inversión en una infraestructura para empezar el negocio, porque es un servicio que el cliente adquiere por medio de llamada telefónica, una aplicación para smartphone o iPhone y a través de redes sociales.

Lo principal y fundamental es todo el equipo del transporte de los pedidos, la aplicación para smartphone y la creación de las redes sociales. A continuación, se presentará una matriz detallando los recursos claves que utilizará FAST SERVICE.

*Tabla 22 Activos para el funcionamiento del negocio.*

Activo	Artículo	#	Costo Unitario	Costo Total.
<p><b>Honda CB1</b></p> <p><b>Dimensiones:</b> Longitud 2050 milímetros (80,71 in)</p> <p><b>Anchura</b> 1073 milímetros (42,24 in)</p> <p><b>Altura del asiento:</b> 751 milímetros (29,57 in)</p> <p><b>Peso neto</b> 111 kg (neto)</p> <p><b>Combustible:</b> 10 L (incluidos 2 L de reserva)</p> <p><b>Consumo:</b> 36 km con 1 L</p> <p><b>Cilindrada:</b> 124.8 cc</p> <p><b>Cambio:</b> 4 marchas</p> <p><b>Peso en vacío:</b> 111 kg</p>		3	\$ 2.200	\$6.600

<p><b>Capacidad de carga:</b> 150 kg</p> <p><b>Capacidad depósito:</b> 10 L (incluidos 2 L de reserva)</p>				
<p><b>Camioneta Nissan np300</b></p> <p><b>Tanque de combustible:</b> 80 l</p> <p><b>Peso:</b> 1576 kg</p> <p><b>Capacidad de carga:</b> 1333 kg</p> <p><b>Altura de piso:</b> N/D</p>		3	\$ 17.100	\$ 51.300
<p><b>Galaxy A30:</b></p> <p><b>Pantalla:</b> 6.4 pulgadas (Super AMOLED)</p> <p><b>Resolución:</b> 2,340x1,080 pixeles</p> <p><b>Procesador:</b> Exynos 7904</p> <p>RAM: 3GB, 4GB</p> <p><b>Almacenamiento:</b> 64GB, 128GB</p> <p><b>Ranura microSD:</b> sí</p> <p><b>Batería:</b> 4,000mAh</p> <p><b>Lector de huellas:</b> Sí, en pantalla</p> <p><b>Cámaras traseras</b> 25 megapíxeles + 8 megapíxeles + 5 megapíxeles</p> <p><b>Cámara frontal:</b> 25 megapíxeles</p>		1	\$ 300	\$ 300
<p><b>Laptop hp</b></p>			\$ 575	\$ 575

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### 3.7. Actividades del Negocio.

El modelo de negocio FAST SERVICE gestionará actividades como el alquiler del local que funcionara la oficina del servicio, esto será una alternativa posterior a realización del negocio ya que para este emprendimiento no es necesario tener infraestructura, también se seleccionara el personal, es decir choferes con licencia para conducir actualizada; además el equipo de protección del motociclista para el transporte seguro de la mercancía será dado por parte de la gerencia, y también se adquirirá las habilidades y conocimientos de un técnico para la realización de la aplicación para smartphone o iPhone y creación de redes sociales.

### 3.8. Red de Socios.

Se adquirirá las habilidades y conocimientos de un técnico para la realización de la aplicación para smartphone o iPhone y creación de redes sociales, también se va adquirir de otro proveedor las bolsas de papel de despacho para la entrega de los pedidos de los clientes.

Se hará efectiva todas las gestiones con TÍA, Dismero, ferreterías, librerías, papelerías, restaurantes y demás locales comerciales para que el operario adquiera rápido y fácil los productos solicitados por los clientes y lleguen a su destino en el menor tiempo posible.



### 3.9. Estructura de Costo.

Los costos que el negocio FAST SERVICE realizará es en la adquisición de todos los activos para el funcionamiento del negocio, impuestos para el funcionamiento del negocio, pago correspondiente al personal, pago por mantenimiento de los vehículos, pago para la creación de la aplicación para Smartphone o iPhone y creación de redes sociales, además del pago de las fundas de papel de despacho para la entrega de la mercancía.

*Tabla 23 Costos fijos.*

<b>Ítem</b>	<b>Precio estimado</b>
Sueldos y Salarios	\$ 2.100
Publicidad.	\$ 280
Internet y telefonía.	\$ 20

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

*Tabla 24 Costos Variables.*

<b>Ítem</b>	<b>Precio estimado</b>
Paquetes de fundas de papel despacho	\$ 110
Casolina para camioneta	\$ 999,00
Gasolina para Moto	\$ 166,50
Aceite para camioneta	\$ 150,00
Aceite para moto	\$ 15,00
Llantas para camioneta	\$ 1.080,00
Lantas para moto	\$ 150,00

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

## 4. CAPÍTULO IV. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPREDIMIENTO.

### 4.1. Factibilidad Técnica.

El emprendimiento FAST SERVICE es factible técnicamente debido a que su capacidad en maquinaria es considerablemente la apropiada para el funcionamiento del servicio de entrega a domicilio de artículos de locales comerciales, mercados, etc. Ya que cuenta con tres

motos con una capacidad de carga de 150 kg para cada moto, lo que beneficia en la en el transporte de los artículos que contengan un peso de hasta 150 kg, debido a que el emprendimiento inicialmente contará con tres motos que transportaran artículos pequeños y medianos.

Para un transporte de carga más pesada FAST SERVICE contará con tres camionetas para el transporte de artículos de locales comerciales, mercados, etc. de gran tamaño y abundante cantidad, cada camioneta tendrá una capacidad de carga de 1333 kg para transportar los artículos pesados, gran cantidad de productos ya sea de comisariato mercado o ferretería que por lo general son en estos locales que se necesita un vehículo apropiado para una gran carga.

Entonces FAST SERVICE contará con la maquinaria indicada y óptima para que la logística del transporte se lleve a cabo de la manera más efectiva, cumpliendo con las peticiones y expectativas del cliente, llevando a su destino los artículos o productos en excelentes condiciones, brindando la mejor atención al cliente, escuchando todas sus recomendaciones, e inquietudes. El emprendimiento pondrá entre sus prioridades la calidad del servicio para la entrega de los productos, la calidad de atención al cliente, la rapidez de sus entregas, para que el emprendimiento cada vez mejore en su oferta de servicio y en su imagen hacia los clientes, para así posicionarse en sus mentes y ser el único emprendimiento de servicio de entrega a domicilio del cantón Montalvo.

FAST SERVICE estará preparado con todo respecto al mantenimiento de los vehículos para su correcto y eficiente funcionamiento, a continuación, se detalla su capital de trabajo.

Tabla 25 Abastos.

Abastos		
Insumo	Cantidad	Costo
Casolina para camioneta	540 galones	\$999,00
Gasolina para Moto	90 galones	\$166,50
Aceite para camioneta	3 galones	\$150,00
Aceite para moto	3 galones	\$15,00
Llantas para camioneta	12 llanta	\$1.080,00
Lantas para moto	6 llantas	\$150,00
Total de Capital de Trabajo		\$2.560,50

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio

#### 4.1.1. Macrolocalización

FAST SERVICE empezará ofreciendo su servicio eficiente y de calidad en el cantón Montalvo provincia de Los Ríos.



Ilustración 25 Macrolocalización

#### 4.1.2. Microlocalización.

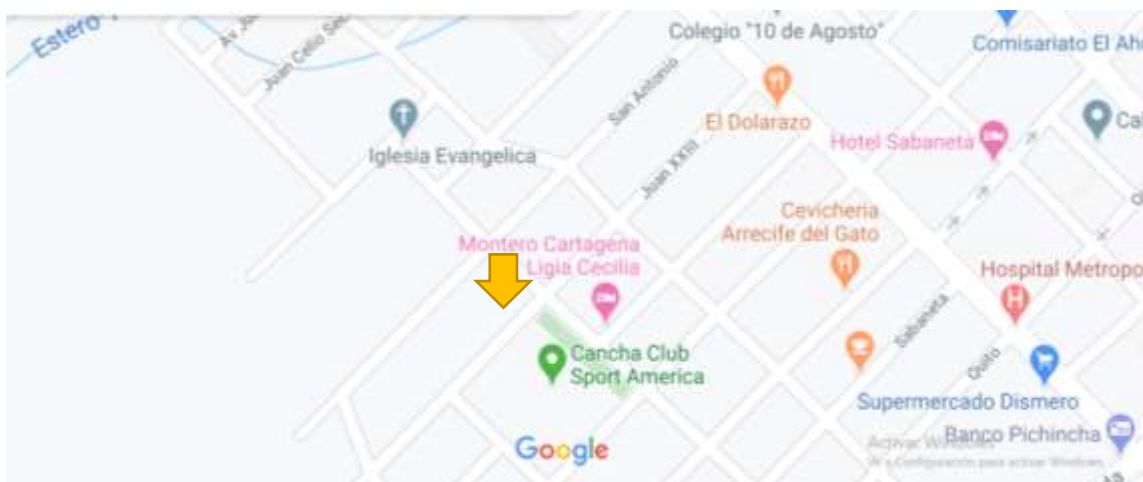


Ilustración 26 Microlocalización.

#### 4.2. Factibilidad Financiera.

##### Inversión Inicial.

Tabla 26 Inversión Inicial.

<b>INVERSION INICIAL DEL PROYECTO</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>MATERIALES</b>				
Paquetes de fundas de papel despacho	Unidad	5	22,00	110,00
<b>EQUIPOS</b>				
Computador Portatil (Laptop)	Unidad	1	575,00	575,00
Celular	Unidad	1	300,00	300,00
<b>VEHÍCULOS</b>				
Moto	Unidad	3	2.200,00	6.600,00
Camioneta	Unidad	3	17.100,00	51.300,00
<b>Subtotal</b>				<b>58.885,00</b>
<b>PLATAFORMA DIGITAL</b>				
Aplicación	Unidad	1	2.000,00	2.000,00
<b>Subtotal</b>				<b>2.000,00</b>
<b>INVESTIGACION Y DESARROLLO</b>				
Patente	Unidad	1	1.000,00	1.000,00
<b>Subtotal</b>				<b>1.000,00</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>				

Constitucion de la compañía	Unidad	1	365,94	365,94
<b>Subtotal</b>				<b>365,94</b>
<b>GASTOS DE LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO</b>				
<b>Gastos del Proyecto</b>			46,06	<b>46,06</b>
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>				<b>62.297,00</b>

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### Remuneraciones.

*Tabla 27 Inversión Inicial.*

<u>CARGO</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>SUELDO</u>	<u>BENEFICIO S SOCIALES</u>	<u>TOTAL MENSUAL</u>	<u>TOTAL ANUAL</u>
Gerente General	1	400,00	160,02	560,02	6.720,20
Operador 1	1	400,00	160,02	560,02	6.720,20
Operador 2	1	400,00	160,02	560,02	6.720,20
Operador 3	1	400,00	160,02	560,02	6.720,20
Operador 4	1	400,00	160,02	560,02	6.720,20
Operador 5	1	400,00	160,02	560,02	6.720,20
Operador 6	1	400,00	160,02	560,02	6.720,20
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>			<b>3.920,12</b>	<b>47.041,40</b>

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### Beneficios Mensualizados.

*Tabla 28 Beneficios Mensualizados.*

CARGO	SUELDO	BENEFICIOS MENSUALIZADOS					TOTAL
		DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO S DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	
Gerente General	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60	16,67	160,02
Operador 1	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60	16,67	160,02
Operador 2	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60	16,67	160,02
Operador 3	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60	16,67	160,02



Operador 4						16,67	
	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60		160,02
Operador 5						16,67	
	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60		160,02
Operador 6						16,67	
	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60		160,02

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### **Amortización de la deuda.**

*Tabla 29 Amortización De La Deuda.*

CUOTA FIJA				
MONTO INICIAL	62.297,00			
PLAZO	5			
GRACIA TOTAL				
GRACIA PARCIAL	0			
INTERES NOMINAL	9,76%			
PERIODO DE PAGO	Mensual			
PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	62.297,00	506,68	809,60	1.316,28
2	61.487,40	500,10	816,18	1.316,28
3	60.671,21	493,46	822,82	1.316,28
4	59.848,39	486,77	829,52	1.316,28
5	59.018,88	480,02	836,26	1.316,28
6	58.182,61	473,22	843,06	1.316,28
7	57.339,55	466,36	849,92	1.316,28
8	56.489,63	459,45	856,83	1.316,28
9	55.632,80	452,48	863,80	1.316,28
10	54.768,99	445,45	870,83	1.316,28
11	53.898,16	438,37	877,91	1.316,28
12	53.020,25	431,23	885,05	1.316,28
13	52.135,20	424,03	892,25	1.316,28
14	51.242,95	416,78	899,51	1.316,28
15	50.343,45	409,46	906,82	1.316,28
16	49.436,62	402,08	914,20	1.316,28
17	48.522,43	394,65	921,63	1.316,28
18	47.600,79	387,15	929,13	1.316,28
19	46.671,66	379,60	936,69	1.316,28
20	45.734,98	371,98	944,30	1.316,28
21	44.790,67	364,30	951,99	1.316,28
22	43.838,69	356,55	959,73	1.316,28
23	42.878,96	348,75	967,53	1.316,28
24	41.911,43	340,88	975,40	1.316,28

25	40.936,02	332,95	983,34	1.316,28
26	39.952,69	324,95	991,33	1.316,28
27	38.961,35	316,89	999,40	1.316,28
28	37.961,96	308,76	1.007,53	1.316,28
29	36.954,43	300,56	1.015,72	1.316,28
30	35.938,71	292,30	1.023,98	1.316,28
31	34.914,73	283,97	1.032,31	1.316,28
32	33.882,42	275,58	1.040,71	1.316,28
33	32.841,72	267,11	1.049,17	1.316,28
34	31.792,55	258,58	1.057,70	1.316,28
35	30.734,84	249,98	1.066,31	1.316,28
36	29.668,54	241,30	1.074,98	1.316,28
37	28.593,56	232,56	1.083,72	1.316,28
38	27.509,84	223,75	1.092,54	1.316,28
39	26.417,30	214,86	1.101,42	1.316,28
40	25.315,88	205,90	1.110,38	1.316,28
41	24.205,50	196,87	1.119,41	1.316,28
42	23.086,09	187,77	1.128,52	1.316,28
43	21.957,57	178,59	1.137,69	1.316,28
44	20.819,88	169,34	1.146,95	1.316,28
45	19.672,93	160,01	1.156,28	1.316,28
46	18.516,65	150,60	1.165,68	1.316,28
47	17.350,97	141,12	1.175,16	1.316,28
48	16.175,81	131,56	1.184,72	1.316,28
49	14.991,09	121,93	1.194,35	1.316,28
50	13.796,74	112,21	1.204,07	1.316,28
51	12.592,67	102,42	1.213,86	1.316,28
52	11.378,81	92,55	1.223,73	1.316,28
53	10.155,07	82,59	1.233,69	1.316,28
54	8.921,38	72,56	1.243,72	1.316,28
55	7.677,66	62,44	1.253,84	1.316,28
56	6.423,82	52,25	1.264,04	1.316,28
57	5.159,79	41,97	1.274,32	1.316,28
58	3.885,47	31,60	1.284,68	1.316,28
59	2.600,79	21,15	1.295,13	1.316,28
60	1.305,66	10,62	1.305,66	1.316,28
		<b>16.679,95</b>	<b>62.297,00</b>	<b>78.976,95</b>

---

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### Depreciación.

Tabla 30 Depreciación.

DETALLE	COSTO	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Computador Portatil (Laptop)	575,00	191,65	3	127,78	127,78	127,78	127,78	127,78
Celular	300,00	30,00	3	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Camionetas	51.300,00	10.260,00	10	4.104,00	4.104,00	4.104,00	4.104,00	4.104,00
Motos	6.600,00	1.320,00	10	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00
<b>TOTAL</b>		<b>221,65</b>		<b>4.849,78</b>	<b>4.849,78</b>	<b>4.849,78</b>	<b>4.849,78</b>	<b>4.849,78</b>

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio

### Ventas semanales en unidades.

Tabla 31 Ventas Semanales En Unidades.

<b>Envios Pequeños</b>		
Veces a la semana	Envios	Total de envios
1	155	155
2	145	290
3	78	234
Total		679

<b>Envios Medianos</b>		
Veces a la semana	Envios	Total de envios
1	176	176
2	154	308
3	48	144
Total		628

<u>Envios Grandes</u>		
<u>Veces a la semana</u>	<u>Envios</u>	<u>Total de envios</u>
1	237	237
2	105	210
3	36	108
Total		555

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### **Ventas mensuales en unidades.**

*Tabla 32 Ventas Mensuales En Unidades.*

<u>VENTA MENSUAL</u>	
Envios Pequeños	2716
Envios Medianos	2512
Envios Grandes	2220
Total de envios mensuales	7448

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

*Tabla 33 Ventas Anuales En Unidades.*

<u>VENTA ANUAL</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>	<u>2024</u>	Vent as anuales en unidades.
Envios Pequeños	32592	37481	44977	53972	64767	
Envios Medianos	30144	34666	41599	49918	59902	
Envios Grandes	26640	30636	36763	44116	52939	

*la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### **Costos de venta anual en dólares.**

*Tabla 34 Costos De Venta Anual En Dólares.*

<u>COSTO DE PRODUCCIÓN EN DOLARES</u>	<u>COSTO UNITARIO</u>	<u>2020</u> <u>COSTO VARIABLE</u>	<u>2021</u> <u>COSTO VARIABLE</u>	<u>2022</u> <u>COSTO VARIABLE</u>	<u>2023</u> <u>COSTO VARIABLE</u>	<u>2024</u> <u>COSTO VARIABLE</u>
Envios Pequeños	\$0,34	\$11.205	\$12.885	\$15.462	\$18.555	\$22.266
Envios Medianos	\$0,34	\$10.363	\$11.917	\$14.301	\$17.161	\$20.593
Envios Grandes	\$0,34	\$9.158	\$10.532	\$12.639	\$15.166	\$18.200

TOTAL \$30.726,00 \$35.334,90 \$42.401,88 \$50.882,26 \$61.058,71

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### Ventas mensuales en dólares.

*Tabla 35 Ventas mensuales en dólares.*

<u>VENTA MENSUAL</u>	<u>2020</u>	<u>VALOR</u>
Envios Pequeños	2716	\$1.358,00
Envios Medianos	2512	\$2.512,00
Envios Grandes	2220	\$2.775,00
Valor total por ventas mensuales		\$6.645,00

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### Ventas anuales en dólares.

*Tabla 36 Ventas Anuales en Dólares.*

<u>VENTA EN DOLARES</u>	<u>PRECIO DE VENTA A UNITARIO</u>	<u>2020 VENTA ANUAL</u>	<u>2021 VENTA ANUAL</u>	<u>2022 VENTA ANUAL</u>	<u>2023 VENTA ANUAL</u>	<u>2024 VENTA ANUAL</u>
Envios Pequeños	\$ 0,50	\$ 16.296,00	\$ 18.740,40	\$ 19.555,20	\$ 22.488,48	\$ 26.986,18
Envios Medianos	\$ 1,00	\$ 30.144,00	\$ 34.665,60	\$ 36.172,80	\$ 41.598,72	\$ 49.918,46
Envios Grandes	\$ 1,25	\$ 33.300,00	\$ 38.295,00	\$ 39.960,00	\$ 45.954,00	\$ 55.144,80
TOTAL		\$ 79.740,00	\$ 91.701,00	\$ 95.688,00	\$ 110.041,20	\$ 132.049,44

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### Gastos Administrativos.

*Tabla 37 Gastos Administrativos.*

<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS</u>		
<u>DETALLE</u>	<u>VALOR MENSUAL</u>	<u>VALOR ANUAL</u>
Remuneraciones	\$3.920,12	\$47.041,40
Internet y Telefono	\$20,00	\$240,00
Marketing y Publicidad	\$50,00	\$600,00
Pagina Web	\$100,00	\$100,00
Mantenimiento de App	\$25,00	\$300,00

TOTAL **\$4.115,12** **\$48.281,40**

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### Flujo de caja.

*Tabla 38 Flujo De Caja.*

<u>DETALLE</u>	<u>AÑO 0</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>	<u>2024</u>
Ingresos por venta		\$79.740,00	\$91.701,00	\$95.688,00	\$110.041,20	\$132.049,44
Costo de Producción		\$30.726,00	\$35.334,90	\$42.401,88	\$50.882,26	\$61.058,71
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$49.014,00</b>	<b>\$127.035,90</b>	<b>\$138.089,88</b>	<b>\$160.923,46</b>	<b>\$193.108,15</b>
Gastos administrativos y de ventas		\$-48.281,40	\$-48.281,40	\$-48.281,40	\$-48.281,40	\$-48.281,40
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>\$732,60</b>	<b>\$78.754,50</b>	<b>\$89.808,48</b>	<b>\$112.642,06</b>	<b>\$144.826,75</b>
Depreciación		\$-4.849,78	\$-4.849,78	\$-4.849,78	\$-4.849,78	\$-4.849,78
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>		<b>\$-4.117,18</b>	<b>\$73.904,72</b>	<b>\$84.958,70</b>	<b>\$107.792,27</b>	<b>\$139.976,96</b>
Gastos de intereses		\$-5.633,59	\$-4.596,21	\$-3.452,92		
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>\$-9.750,78</b>	<b>\$69.308,51</b>	<b>\$81.505,77</b>	<b>\$107.792,27</b>	<b>\$139.976,96</b>
25% de impuesto		\$2.437,69	\$-17.327,13	\$-20.376,44	\$-26.948,07	\$-34.994,24
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$-7.313,08</b>	<b>\$56.577,59</b>	<b>\$64.582,25</b>	<b>\$80.844,20</b>	<b>\$104.982,72</b>
Depreciación		\$4.849,78	\$4.849,78	\$4.849,78	\$4.849,78	\$4.849,78
<b>INVERSION</b>						
Gastos de constitución	-					
Equipos	365,94					
Amortización de la inversión	-					
Amortización de los Gastos de constitucion	58.885,00					
		\$-10.161,80	\$-11.199,18	\$-12.342,47		
		\$-73,19	\$-73,19	\$-73,19	\$-73,19	\$-73,19
<b>FLUJO DE CAJA</b>	-	<b>\$-12.698,28</b>	<b>\$50.155,01</b>	<b>\$57.016,38</b>	<b>\$85.620,80</b>	<b>\$109.759,32</b>
	<b>59.250,94</b>					

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### Valor actual neto.

FAST SERVICE cuenta con un Valor Actual Neto de **\$141.963,41** lo cual nos indica que el proyecto es factible de ser realizado; además de tener una Tasa Interna de Retorno del 38%, valor que sobrepasa a la tasa de descuento del proyecto.

*Tabla 39 Valor Actual Neto.*

			2020		2021		2022		2023		2024	
VAN	=	- I <sub>o</sub>	+	f <sub>1</sub>	+	f <sub>2</sub>	+	f <sub>3</sub>	+	f <sub>4</sub>	+	f <sub>5</sub> +V <sub>s</sub>

		$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
VAN	-	-	-	-	-	-
=	59.250,94	+ 12.698,28	+ 50.155,01	+ 57.016,38	+ 85.620,80	+ 109.980,97
		1,0976	1,20472576	1,322306994	1,451364157	1,593017299
VAN	-	-	-	-	-	-
=	59.250,94	+ 11.569,14	+ 41.631,89	+ 43.118,87	+ 58.993,33	+ 69.039,40
VAN						
=	<b>141.963,41</b>					
				<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>10%</b>	

**TIR= 38%**

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### Periodo de Recuperación de la Inversión.

*Tabla 40 Periodo de Recuperación de la Inversión.*

<u>AÑOS</u>	<u>FLUJOS</u>	<u>FACTOR DE DESCUENTO</u>	<u>FLUJO DESCONTADO</u>	<u>FLUJO ACUMULADO</u>
AÑO 0	-62.297,00			
2019	-12.698,28	1,0976	-11.569,14	-11.569,14
2020	50.155,01	1,20472576	41.631,89	30.062,75
2021	57.016,38	1,322306994	43.118,87	73.181,62
2022	85.620,80	1,451364157	58.993,33	132.174,95
2023	109.759,32	1,593017299	68.900,27	201.075,22

*Tabla 41 Periodo de Recuperación.*

PERIODO DE RCUPERACION DE LA INVERSION	=	2 AÑOS	9 MESES	1 DÍA
---	---	--------	---------	-------

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

### Relación costo beneficio.

*Tabla 42 Periodo de Recuperación de la Inversión.*

RELACION BENEFICIO COSTO = Beneficios

	Costos
RELACION BENEFICIO COSTO =	201.214,35 59.250,94

**RELACION BENEFICIO COSTO = 3,40**

*Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Jaijasiel Acurio*

El presente proyecto de emprendimiento es factible debido a que por cada dólar invertido se obtendrá un valor adicional de 3,40 dólares. Cabe recalcar que los resultados presentados en los estados financieros han sido previamente analizados.

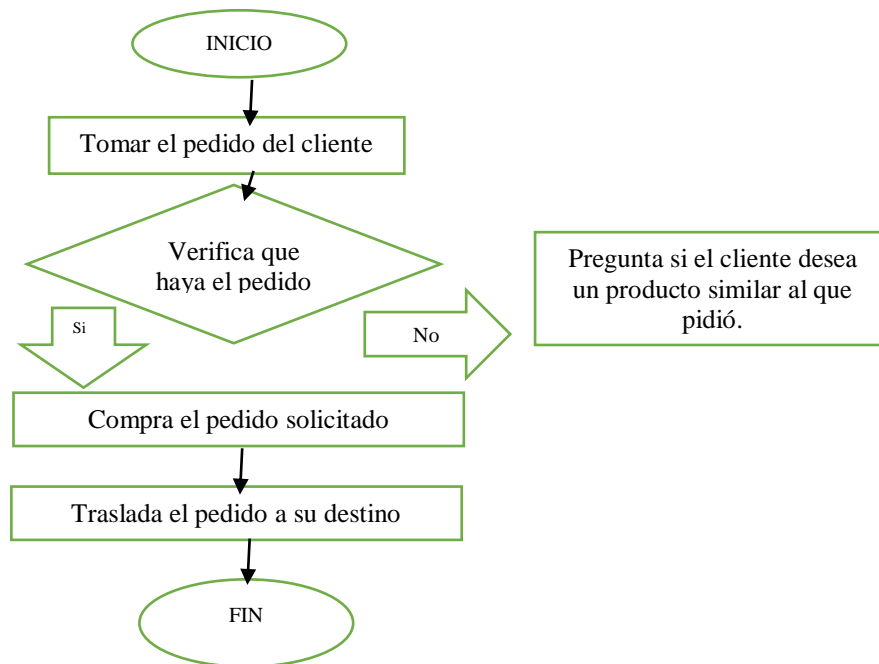
#### **4.3. Factibilidad Operativa.**

El emprendimiento FAST SERVICE será factible operativamente debido a que contará con mano de obra calificada y capacitada para manejar los vehículos (moto, camioneta), para el manejo de los vehículos habrá seis choferes, los cuales son tres para las motos y tres para las camionetas, para el contrato de los choferes será estrictamente requerido los documentos legales respectivos para su función es decir cada chofer deberá tener los documentos del vehículo es decir de la moto (matricula, revisión, etc.) y licencia de moto actualizada y lo mismo se requerirá para los choferes de las camionetas será tanto los documentos del vehículo es decir de la carro (matricula, revisión, etc.) y licencia de carro actualizada.

Estos documentos se revisarán minuciosamente, para que al momento del transporte no haya inconvenientes con los agentes del orden (policías o agentes de tránsito). Es importante que el emprendimiento empiece su actividad controlando la parte legal desde un principio, esto ayudará a prevenir posibles inconvenientes que puedan surgir con el personal operativo. Además, que el emprendimiento procura cumplir con todas las disposiciones que existan para el funcionamiento del servicio.



#### 4.3.1. Proceso de Servicio



*Ilustración 27 Proceso del servicio de la entrega a domicilio.*

#### 4.4. Factibilidad Ambiental.

El presente proyecto de emprendimiento va a trabajar a la par con los objetivos del Plan de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, el cual destaca en el objetivo 12 adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos, debido a que es un tema que afecta a toda la población del país y el planeta, FAST SERVICE ha considerado no utilizar las fundas de plástico desechables a su vez va a implementar la entrega de cada uno de sus pedidos mediante fundas de papel despacho y en un tiempo posterior pretende entregar los pedidos en fundas reutilizables las mismas que cualquier cliente podrá estar en su posibilidad de utilizarla posteriormente, esto ayudara a que estas fundas plásticas desechables no lleguen a los océanos y no aumente el calentamiento global; además que servirá como iniciativa para que los demás locales adopten esta forma de entregar sus productos.



*Ilustración 28 Objetivos del Plan de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas,*

#### **4.5. Factibilidad Social.**

La creación del emprendimiento FAST SERVICE es factible ya que ha considerado el objetivo 8 del Plan de Desarrollo sostenible de las Naciones Unidas el cual señala promover el crecimiento económico y sostenido, inclusivo y sostenible, el pleno empleo y productivo así como también en trabajo decente para todos por lo que hará posible la generación de empleo para choferes con licencia actualizada, además de que va a contribuir a la sociedad con un servicio de transporte que las personas podrán adquirir desde la comodidad de sus hogares, lugar de trabajo o en el lugar que desee y mediante una llamada telefónica o con la aplicación de fácil acceso. Además, que contribuirá con el desarrollo del cantón tanto así promover plazas de trabajo, como también promoviendo la innovación y el emprendimiento en el cantón Montalvo provincia de los Ríos y contribuyendo a la matriz productiva del país.



*Ilustración 29 Objetivos del Plan de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas*

## 5. CONCLUSIONES

La idea de negocio FAST SERVICE es factible técnicamente porque contará con vehículos eficientes para el transporte de los productos y artículos de los diferentes locales comerciales y los recursos para el mantenimiento de los vehículos están disponibles en el mercado.

Financieramente es factible debido a que la inversión tiene un periodo de recuperación es de dos años nueve meses y un días. Por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de 3,40 dólares.

Es factible operativamente porque los operarios que manejarán los vehículos será choferes expertos, Además FAST SERVICE ha diseñado el proceso de servicio asegurándose de cumplir con la propuesta de valor establecida en el modelo de negocio.

Ambientalmente es factible porque colabora con el cuidado del medio ambiente, combate el cambio climático y la conservación del ecosistema, con la implementación de fundas de papel de despacho.

Factible socialmente debido a que contribuye a la generación de empleo de dicho cantón, promoviendo el crecimiento económico y sostenido, además colabora con el desarrollo de la matriz productiva de país.

## **6. RECOMENDACIONES.**

Es recomendable luego de la presentación del proyecto de emprendimiento FAST SERVICE se proceda hacer las gestiones necesarias para la puesta en marcha del mismo ya que presenta la factibilidad técnica, financiera, operativa, ambiental y social favorables y positivas, determinando así que el modelo de negocio es el indicado para emprender un negocio de servicio.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, Z. (09 de octubre de 2014). *Cero*. Obtenido de La importancia del servicio de entrega a domicilio: Álvarez, Z. (09 de octubre de 2014). *La importancia del servicio de entrega a domicilio*. Obtenido de La importancia del servicio de entrega a domicilio: <https://3cero.com/servicio-entrega-domicilio/>

Blinder, F. (08 de febrero de 2013). *Maestro Financiero*. Obtenido de Servicio a Domicilio: <https://maestrofinanciero.com/servicio-a-domicilio/>

David Pérez, I. P. (13 de abril de 2006). *El Producto. Concepto y desarrollo*. Obtenido de El Producto. Concepto y desarrollo: [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:45113/componente45111.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45113/componente45111.pdf)

Guzmán, L. S. (20 de enero de 2019). *Negocios Online y Más*. Obtenido de Qué Es Un Emprendimiento?: Definición, Concepto, Significado Real...: <https://negociosonlineymas.blogspot.com/2016/02/que-es-un-emprendimiento-definicion.html>

Juanpch. (02 de enero de 2019). *forosecuador.ec*. Obtenido de forosecuador.ec: <http://www.forosecuador.ec/forum/aficiones/autos-y-motos/172999-glovo-ecuador-%C2%BFqu%C3%A9-es-y-c%C3%B3mo-trabajar-de-repartidor-en-ecuador>

Luis Alberto Lozano Chaguay, M. F. (2016). Espíritu emprendedor: actitud de cambio para la innovación y emprendimiento. *REVISTA CIENCIA E INVESTIGACION, E-ISSN: 2528-8083, VOL. 1, NO. 4, OCTUBRE - DICIEMBRE, PP. 31-35,* [https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm#sent/KtbxLxGcCbnGqbfTBhxQXQGnbGkvpqIMZL?projector=1&messagePartId=0.1.](https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm#sent/KtbxLxGcCbnGqbfTBhxQXQGnbGkvpqIMZL?projector=1&messagePartId=0.1)

MegaOffice. (24 de agosto de 2015). *MegaOffice*. Obtenido de La importancia del servicio a domicilio para los negocios: <http://megaofficeve.blogspot.com/2015/08/la-importancia-del-servicio-domicilio.html>

Miguel González Moreno, C. d. (2015). Los Servicios: concepto, clasificación y problemas de medición. *Economiaz*, file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LosServiciosConceptoClasificacionYProblemasDeMedic-1317365%20(1).pdf.

Parra, M. E. (enero de 2015). *El Buzón de Pacioli*. Obtenido de El Buzón de Pacioli: <https://itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

Rodriguez, A. (05 de marzo de 2014). *CreceNegocios*. Obtenido de Medios o canales publicitarios: <https://www.crecenegocios.com/medios-o-canales-publicitarios/>

Tigani, D. (2016). *Excelencia en Servicio*. [http://www.laqui.org/pdf/libros\\_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf](http://www.laqui.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf).

Torres, M. M. (11 de septiembre de 2014). *Transporte, operador, redes*. Obtenido de Transporte, operador, redes: <https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788499696379.pdf>

## 8. ANEXOS



**Universidad Técnica de Babahoyo**  
**Facultad de Administración Finanzas e Informática**  
**Ingeniería Comercial**



**FAST SERVICE “Servicio de Entrega a Domicilio de Artículos (Comisariato,  
Farmacia, Papelería, etc.)”**

**1. ¿Con qué frecuencia usted realiza compras de cualquier artículo?**

Siempre	Rara vez
Casi Siempre	Nunca
A veces	

**2. De los lugares que se mencionan a continuación ¿Cuáles suele visitar con frecuencia?**

TIA	Mercado
Dismero	Ferreterías
Farmacias	Restaurantes
Librería	Locales de comida rápida
Papelerías	Otros Locales Comerciales
Mini Tiendas	

**3. ¿Usted usaría un servicio de entrega a domicilio rápida de cualquier artículo que necesite?**

Sí

No

**4. ¿Con que frecuencia utilizaría este servicio?**

Siempre

Poco frecuente

Casi Siempre

Nunca

Frecuente

**5. ¿Con que frecuencia utilizaría este servicio para envíos pequeños?**

1 vez

2 veces

3 veces

**6. ¿Con que frecuencia utilizaría este servicio para envíos medianos?**

1 vez

2 veces

3 veces

**7. ¿Con que frecuencia utilizaría este servicio para envíos grandes?**

1 vez

2 veces

3 veces

**8. ¿Desde qué lugar utilizaría este servicio?**

Su hogar

Universidad

Trabajo

Otros



**9. ¿Mediante qué medio de transporte suele trasladarse hacer compras?**

Auto o carro	Autobús
Moto	Caminando
Taxi	Bicicleta
Otros	

**10. ¿Si usted utiliza un vehículo que necesita combustible, con que frecuencia visita la gasolinera?**

Siempre	Poco frecuente
Casi Siempre	Nunca
Frecuente	

**11. ¿Maneja usted dispositivos tecnologico?**

Si	No
----	----

**12. ¿Conoce alguna aplicación de servicio de entrega rápida a domicilio en el cantón Montalvo?**

Si	No
----	----

**13. ¿Utilizaría una aplicación para adquirir un servicio de entrega rápida a domicilio de cualquier artículo que necesite?**

Si	No
----	----

**14. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales?**

Siempre                      Poco frecuente

Casi Siempre              Nunca

Frecuente

**15. ¿Qué redes sociales utiliza?**

Facebook                      Twitter

Instagram                      Otros

**16. ¿Pagaría una cantidad adicional al valor total de los productos por un servicio de entrega rápida a domicilio?**

Si                                  No

**17. ¿Qué forma de pago escogería para pagar por este servicio?**

En Efectivo                      Otros

Tarjetas de debito

**18. ¿Cree usted que sería un servicio seguro?**

Siempre                      Poco probable                      Probable

Casi siempre                      Nunca

**19. ¿Estaría dispuesto a usar solo fundas de reciclaje para cuidar nuestro medio ambiente?**

Si    No