



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “HONORABLE CONSEJO
PROVINCIAL DE PICHINCHA”**

**“IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO CANVAS PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE CAMARAS BYSECURITYGP, SECTOR MENA
DOS”**

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de tecnólogo superior en
Administración de Empresas

Autoras:

García Moreira Gabriela Elizabeth

Gavilánez Cardona Lida Pamela

Tutor:

Zambrano Acosta, Juan Carlos

Agosto -2020

CONSTANCIA DE APROBACION DEL TUTOR

En mi calidad de tutor, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha”

CERTIFICO

Que el trabajo de investigación “MODELO DE CANVAS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE SEGURIDAD BABYSECURITYGP, SECTOR MENA DOS”, presentado por las estudiantes; Lida Pamela Gavilánez Cardona y Gabriela Elizabeth García Moreira de la promoción 33 AE2, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el Señor Rector designe

Atentamente,

Dr. Juan Carlos Zambrano.

Cédula 1708904287

DECLARACIÓN

GARCIA MOREIRA GABRIELA ELIZABETH y GAVILANEZ CARDONA LIDA PAMELA, declaramos bajo juramento que el trabajo desarrollado es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún Proyecto de Grado, en otra institución o calificación profesional y son absolutamente originales, auténticos y personales. A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, para el aprovechamiento de futuras generaciones.

GARCIA MOREIRA GABRIELA ELIZABETH

CI: 172429091-9

GAVILANEZ CARDONA LIDA PAMELA

CI: 171937012-2

DEDICATORIA

Es mi deseo como sencillo gesto de agradecimiento, dedicarle mi trabajo de grado plasmado en el presente informe primordialmente a Dios por guiar el caminar de mi vida por llenarme de las fuerzas que he necesitado y por su amor incomparable.

A mi esposo e hijos, por ser el motor de cada día, por darme su infinito amor, comprensión y permanente cariño. Por extenderme la mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

A mis padres por siempre brindarme su apoyo incondicionalmente, por enseñarme los valores primordiales de vida que es el respeto, la honradez y la gratitud.

A mis familiares y amigas por su ayuda brindada durante todo este proceso, su paciencia, por mantener su confianza, por su amistad sin límites y condiciones.

GARCÍA MOREIRA GABRIELA ELIZABETH

DEDICATORIA

Mi tesis está dedicado a la memoria de mi padre Ángel Rodrigo Gavilánez Paredes con todo el amor y el cariño, quien fue la primera persona quien creyó en mi capacidad, en aquel momento brindándome apoyo, con sus consejos para ser de mí una mejor persona profesional, aunque tu presencia física no me acompaña, pero siento su felicidad de culminar nuestro objetivo.

A mis hijos Melany y Alan por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y poder ser un ejemplo del esfuerzo para una mejor vida.

A la memoria de mi tío Washington Cardona con todo el amor y cariño, quien en vida fue la persona que me apoyo económicamente y mentalmente, me motivo a no rendirme y ser una persona profesional, en lo cual lo logré.

A mis amigas, quien sin esperar nada a cambio compartiendo sus alegrías, tristezas y conocimiento en estos 3 años que estuvieron a mi lado apoyándome, para que este sueño se haga realidad.

GAVILANEZ CARDONA LIDA PAMELA,

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento enorme a Dios por guiarme en mi camino y dar luz para que este proyecto se desarrolle con victoria. Agradezco a nuestro tutor, mis compañeros, a mis padres quienes han apoyado y motivado mi formación académica fomentando mis habilidades y finalmente un gran agradecimiento a este prestigioso Instituto, el cual abre sus puertas a jóvenes para motivarlos a la excelencia.

GARCÍA MOREIRA GABRIELA ELIZABETH

AGRADECIMIENTO

Quiero empezar mi agradecimiento a Dios, quien con su bendición me lleno de fuerzas para no decaer y hacer realidad mi sueño anhelado.

A mi padre quien fue un ejemplo, con sus consejos, valentía, responsabilidad, fue un pilar fundamental de inspiración de mis dediciones profesionales y ser un ejemplo para mis hijos.

También me gustaría agradecer al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha en el cual me permitió crecer profesionalmente, a los profesores ya que con sus conocimientos y paciencia guiaron a mi meta de tener mi profesión.

GAVILANEZ CARDONA LIDA PAMELA,

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo realizar una investigación en la Parroquia de La Mena 2 del Cantón Quito, para la implementación del modelo Canvas, para la comercialización de Cámaras de Vigilancia y seguridad, para cubrir las necesidades de padres de familia para que logren vigilar las actividades que realizan en todo el día.

El presente proyecto consta de tres capítulos y sus contenidos son los siguientes:

Capítulo I, está el marco teórico tiene como finalidad un diseño y realización implementación de las cámaras con monitoreo que ayude en el ámbito profesional, personal y familiar, en el marco legal se encuentra las leyes que rigen para el funcionamiento de la empresa. El marco conceptual, referencial, de palabras que no se sabe a ciencia cierta el significado

Capítulo II, Contiene la metodología de la investigación, que se desarrolla la recopilación de información y aplicación de la encuesta como método de investigación de campo, donde obtuvimos las fuentes primarias.

Capítulo III, La aplicación del modelo Canvas fundamentará el desarrollo del proyecto Está la propuesta impacto económico que tendrá nuestro proyecto se realizó una pre-revisión de nuestra estructura de costos tanto operacionales como de retorno de capitales y se pudo determinar la viabilidad del proyecto.

PALABRAS CLAVE: Viabilidad, recolección, referencial, monitoreo

ABSTRACT

The objective of this project is to carry out an investigation in the Parish of La Mena 2 in the Canton of Quito, for the implementation of the Canvas model, for the commercialization of surveillance and security cameras, to cover the needs of parents so that They can monitor the activities they carry out throughout the day.

The present three-chapter constant project and its contents are as follows:

Chapter I, is the theoretical framework has as implementation a design and implementation of cameras with monitoring that helps in the professional, personal and family, in the legal framework is the laws that govern the operation of the company. The conceptual, referential framework of words that the meaning is not known for sure

Chapter II, Contains the research methodology, through which the collection of information is developed and the application of the survey as a field research method, where we obtained the primary sources.

Chapter III, the application of the canvas model will inform the development of the project. There is the proposed economic impact that our project will have. A pre-review of our structure of operational and capital return costs was carried out and the viability of the project could be determined.

KEY WORDS: Feasibility, collection, referential, monitoring

INDICE GENERAL

CONSTANCIA DE APROBACION DEL TUTOR	2
DECLARACIÓN	3
DEDICATORIA	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN.....	8
INDICE GENERAL.....	10
INDICE DE TABLAS	15
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	16
TEMA	17
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	17
JUSTIFICACION	18
OBJETIVOS	19
Objetivo General	19
Objetivos Específicos	19
CAPITULO I.....	20
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	20
1.1. Cámaras de video vigilancia	20

1.2.	Sistema digital basado en IP	21
1.3.	Video de vigilancia en internet	21
1.4.	Modelo Canvas	22
1.4.1.	Características Modelo Canvas.....	22
1.4.2.	Aplicación de Negocio.....	23
1.4.2.1.	Propuesta de valor	24
1.4.2.2.	Segmentación del mercado	24
1.4.2.3.	Canales De Distribución	25
1.4.2.4.	Cliente	25
1.4.2.5.	Fuentes de ingreso.....	25
1.4.2.6.	Recurso Claves.....	26
1.4.2.7.	Actividades claves.....	26
1.4.2.8.	Socios claves	26
1.4.2.9.	Estructura de Costos.....	26
1.5.	Marco Legal	27
1.5.1.	Constitución Jurídica	27
1.5.2.	Ministerio De Trabajo.....	27
1.5.3.	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.....	28
1.5.4.	Sri- Registro Único De Contribuyentes	28
1.5.5.	Patentes Municipales	28
1.6.	Marco Conceptual	29
CAPÍTULO II.....		31

2.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION.....	31
2.1.	Tipos de Investigación	31
2.1.1.	Investigación enfoque cuantitativa	31
2.1.2.	Investigación exploratoria.....	31
2.1.3.	Investigación descriptiva	32
2.1.4.	Investigación de campo	32
2.2.	Unidades de Estudio.....	32
2.2.1.	Encuesta	35
2.2.2.	La Muestra	35
2.2.2.1.	Población de muestra	36
2.2.2.2.	Técnica de muestreo.....	37
2.2.2.3.	Tamaño de la muestra	37
2.2.2.4.	Análisis de resultados de la encuesta	38
	CAPITULO III	48
3.	PROPUESTA	48
3.1.	PROPUESTA DE VALOR.....	48
3.2.	SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	51
3.3.	Canales	51
3.4.	Relación Con Los Clientes.....	53
3.4.1.	4P’s Producto, Precio, Plaza y Promoción. (Físico).....	54
3.4.2.	Producto	55
3.4.3.	Precio	55

3.4.4.	Plaza.....	55
3.4.5.	Promoción y publicidad.....	55
3.5.	Fuentes De Ingreso.....	56
3.5.1.	Presupuesto de ingresos.....	57
3.6.	Recursos claves.....	57
3.6.1.	Personal.....	57
3.6.2.	Financiamiento.....	58
3.6.2.1.	Préstamo Bancario.....	59
3.6.3.	Infraestructura.....	59
3.6.4.	Tecnológico.....	60
3.7.	Actividades claves.....	60
3.8.	Socios claves.....	61
3.9.	Estructura de costos.....	61
3.9.1.	Capital de trabajo.....	62
3.9.2.	Presupuesto de costos Variables.....	62
3.9.3.	Presupuesto de Costos Fijos.....	63
3.10.	Lienzo del modelo de negocio.....	64
3.11.	Balances Financiero Proyectados.....	65
3.11.1.	Estado de situación financiera presupuestado.....	65
3.11.2.	Estado de resultados Presupuestado.....	66
3.11.3.	Estado de flujo de efectivo Presupuestado.....	67
3.12.	Evaluación financiera.....	68

3.12.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento, TMAR.....	68
3.12.2. Valor actual Neto, Van	68
3.12.3. TIR.....	69
3.12.4. Periodo de recuperación.....	69
3.12.5. Relación beneficio/costo.....	71
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
4.1. Conclusiones	72
4.2. Recomendaciones.....	73
BIBLIOGRAFIA	74
ANEXOS	77
Formato de la encuesta	77

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pregunta 1: En general, ¿Tiene hijos de 0-5 años de edad?.....	38
Tabla 2 Pregunta 2: ¿Conoce sobre cámaras de seguridad y sus beneficios?.....	40
Tabla 3 Pregunta 3 ¿Conoce otras cámaras sobre el cuidado del bebe?	41
Tabla 4 Pregunta 4: ¿Sabiendo los beneficios estaría dispuesto en comprar la cámara?	42
Tabla 5 Pregunta 5: ¿Tienen acceso al internet en sus hogares o trabajos?.....	44
Tabla 6 Pregunta 6: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una cámara?.....	45
Tabla 7 Pregunta 7: ¿Qué presentación le gustaría que sea?	46
Tabla 8 Propuesta de valor.....	49
Tabla 9 Matriz de Canales y Selección de Canales.....	53
Tabla 10 Presupuesto de ingresos	57
Tabla 11 Financiamiento.....	58
Tabla 12 Préstamo bancario, Tabla de amortización	59
Tabla 14 Presupuesto de costos Variables	62
Tabla 15 Presupuesto de costos fijos	63
Tabla 16 Lienzo del modelo de negocio	64
Tabla 17 Estado de situación financiera Presupuestado	65
Tabla 18 Estado de resultados presupuestado.....	66
Tabla 19 Estado de flujo de efectivo presupuestado.....	67
Tabla 20 TMAR.....	68
Tabla 21 VAN.....	68
Tabla 22 TIR	69
Tabla 23 Periodo de recuperación.....	69
Tabla 24 Cálculo de beneficios y costos actualizados.	71

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 9 pasos del modelo CANVAS	24
Ilustración 2 Pregunta 1: En general, ¿Tiene hijos de 0-5 años de edad?.....	39
Ilustración 3 Pregunta 2: ¿Conoce sobre cámaras de seguridad y sus beneficios?... 40	
Ilustración 4 ¿Conoce otras cámaras sobre el cuidado del bebe?	41
Ilustración 5 Pregunta 4: ¿Sabiendo los beneficios estaría dispuesto en comprar la cámara?	43
Ilustración 6 Pregunta 5: ¿Tienen acceso al internet en sus hogares o trabajos?.....	44
Ilustración 7 Pregunta 6: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una cámara?.....	45
Ilustración 8 Pregunta 7: ¿Qué presentación le gustaría que sea?	47
Ilustración 9 4P's Producto, Precio, Plaza y Promoción. (Físico)	54
Ilustración 10 Cámara de vigilancia.....	55
Ilustración 11 Logo de Babysecuritygp	56

TEMA

“IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO CANVAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CAMARAS BYSEGURITYGP, SECTOR MENA DOS”

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El aumento el maltrato a nivel mundial y en Ecuador es un problema que inquieta a la población, se debe toma decisiones básicas para la precaución, que permitan reforzar y acrecentar la seguridad, tanto para la gente como para los bienes del entorno: personal, familiar, empresarial, y profesional.

Es necesario indicar que en la ciudad de Quito ha incrementado el maltrato infantil, en la actualidad es prioridad el cuidado de los niños, los padres de familia buscan sistemas de video vigilancia efectivos, económicos y accesibles de manejo.

Se plantea como solución ejecutar en la parroquia Mena dos de la ciudad de Quito la comercialización de cámaras de video vigilancia para los interiores del hogar, que acceda al monitoreo del lugar.

¿De qué manera implementar la comercialización de cámaras de video vigilancia para que las personas puedan vigilar a sus niños a través de las cámaras web, en el sector Mena de la ciudad de Quito?

JUSTIFICACION

En el mercado se ha visto la necesidad de implementar cámaras de video vigilancia para que los padres puedan monitorear las tareas cotidianas de los niños.

Existen muchas causas y razones para llevar nuestro proyecto en el sector de la Mena dos, ya que en la actualidad los maltratos a los niños se encuentra en cualquier parte de la ciudad, lo que se busca es aportar a disminuir el maltrato y generar tranquilidad al padre de familia, mediante la instalación de una cámara interna en la casa puede ser: dormitorio, cocina, sala, el lugar que sea necesario para observar al niño, para llegar a comercializar las cámaras personalizadas, queremos llegar a las familias, en ayudar a tener más confianza y seguridad en dejar en cuidados de terceras personas.

Las cámaras de seguridad BaysecurityGP podrán proveer un monitoreo constante, aunque las personas no se encuentren en el lugar. Se utiliza para el cuidado de niños en el hogar, las cámaras de seguridad en una herramienta de facilidad para un monitoreo las 24 horas en vivo, ayuda a detectar el maltrato. Si llegara a ocurrir un maltrato y poder tener evidencia para el proceso de alguna denuncia.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Implementar un modelo CANVAS que permita la comercialización de cámaras de video vigilancia que brinde a los padres de familia la posibilidad de observar las actividades que desarrollan sus hijos, a través de cámaras web instaladas en el interior de las casas ubicadas en el sector de la Mena Dos en la ciudad de Quito.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer conceptos teóricos, referencial, conceptuales y fundamentos legales, implicados para el avance de la presente investigación. Utilizando fuentes y técnicas de investigación adecuadas que acredite la procedencia de cada información.
- Investigar la percepción de los padres de familia ante este producto, mediante la aplicación de la encuesta.
- Desarrollar estrategias mediante la aplicación del modelo Canvas para la comercialización de las cámaras de monitoreo.

CAPITULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El marco teórico es formar el argumento de la investigación con las teorías, enfoques teóricos, estudios y precedentes, que describen al problema de investigación. El marco teórico amplía la definición del problema e integra la ciencia con la investigación y sus relaciones mutuas (Osterwalder, 2004)

Este emprendimiento está basado en el cuidado de los niños mediante la comercialización de cámaras de video vigilancia para disminuir el maltrato a los niños, para tal efecto se define como emprendimiento la generación de oportunidades a partir de ideas nuevas o renovadas, y al emprendimiento sectorial, socioeconómico y geográfico, así mismo se ayuda a mejorar el maltrato infantil ya que en la actualidad es un tema de suma importancia.

1.1. Cámaras de video vigilancia

En el último tiempo las cámaras de vídeo vigilancia han sido extremadamente populares en empresas y en los hogares que solicitan las cámaras, actualmente se pueden instalar en lugares internos o externos con el objetivo de proveer al consumidor una observación de espacio que quieran monitorear y no perder de vista lo que está ocurriendo en tiempo real o de forma remota a través de internet. Estos sistemas crean un resultado determinante, por el hecho de ser vistas por las personas. (Toledo, 2013).

Para el proyecto de la comercialización de cámaras que va a transmitir por medio de internet directamente al dispositivo móvil para acceder al monitoreo. Incluyendo visión nocturna y grabación. Esto genera mayor seguridad al cliente basándose que es un producto de fácil manejo, confiable y eficaz.

1.2. Sistema digital basado en IP

Se obtiene un espacio en apoyo a las cámaras instaladas, aquí se sustituye los multiplexores por servidores de video, que van a transformar las señales analógicas en digitales, para contemplar las cámaras analógicas centralmente de la red IP. (Mata, 2010)

La observación de la imagen en el dispositivo móvil se puede utilizar el servidor de la página web alojando las grabaciones, imágenes de manera remota para que el cliente pueda acceder con facilidad.

1.3. Video de vigilancia en internet

En la posibilidad de espionaje es muy solicitada para que pueda ser supervisada desde cualquier parte del mundo y es muy frecuente que tenga como punto esencial proveer un área vigilada sea: una familia, oficinas, empresas, mediante un ordenador. Para poder disfrutar de este servicio no es forzoso instalar un software o hardware en el procesador, ya que estos sistemas y grabaciones pueden ser gestionados desde un explorador en internet. (Blanco, 2006)

Las soluciones de las cámaras garantizan el monitoreo a distancia sea de compañía o casa, o como es materia de esta propuesta, que el monitoreo sea en el interior de casas, solo se necesita una conexión del Internet.

1.4. Modelo Canvas

El prototipo de Negocios Canvas, o modelo de negocios como podríamos traducirlo a castellano, es una herramienta que permite ahondar trabajos, o que se piensa crear puntos de innovación, aceptar trabajos conjuntos, etc. El estereotipo de Negocios Canvas permite notar de una forma planificada los componentes de las transacciones. Los negocios Negocios con modelos Canvas se forman de diferentes secciones con diferentes objetivos. (Osterwalder, 2004)

Para poner en marcha el presente trabajo se tomó en cuenta el modelo de negocios Canvas y su estructura de 9 segmentos, este emprendimiento está basado y enfocado en el cuidado de niños y niñas a través de cámaras de video vigilancia, se define como emprendimiento la generación de oportunidades con ideas nuevas y renovadas.

1.4.1. Características Modelo Canvas

Da un enfoque a la contemplación o programa comercial para lograr una visualización permanente del negocio. El proyecto se investiga desde varias perspectivas, es enormemente más cómodo y exitoso. calcular cuáles son los compradores que más invierten en el servicio, las actividades fundamentales y los canales de organización que ayudan a incentivar las ventas, los socios y asociaciones

más convenientes, entre otros aspectos, que permitan crear cambios en el planteamiento original y cómo hacerlo más sustentable en el transcurso del tiempo. Son muchos los ingresos que se generan al aplicar el modelo Canvas. Uno de ellos tiene que ver con obtener una guía pormenorizada que engloba toda la información del proyecto en un solo modelo de negocios. Antes de desarrollar una idea comercial se debe realizar esta metodología para que no se deje por fuera una fase importante para conseguir ejecutar el proyecto con éxito. (Osterwalder, 2004)

- En este modelo de negocio permite diseñar ideas de una manera efectiva y real para emprender, genera ideas claras para el negocio.
- Reúne los elementos principales de un proyecto y se puede examinar en su lienzo.
- Mediante el estudio de los segmentos del modelo Canvas, podemos diseñar un proyecto de negocio real.

1.4.2. Aplicación de Negocio

El modelo CANVAS nos ha permitido diseñar un plan de negocios el cual consta de 9 segmentos y el que se ha desarrollado paso a paso para poner en práctica la empresa BABYSECURITYGP.

Ilustración 1 9 pasos del modelo CANVAS



Fuente: (Emprender-facil, 2018)

1.4.2.1. Propuesta de valor

La propuesta de valor es en función al cliente, el resultado final es arreglar una dificultad del comprador. Las propuestas de valor son un conjunto de servicios que satisfacen los requisitos de una categoría de comercio. En este sentido, la proposición de valor constituye una ventaja que una empresa ofrece a los clientes. Algunas propuestas de valor pueden ser innovadoras y presentar una novedad, otras pueden ser parecidas a ofertas ya existentes.

1.4.2.2. Segmentación del mercado

Los compradores son el centro de cualquier negocio, visto que ninguna entidad puede sobrevivir durante mucho tiempo, si no tiene compradores, y es de utilidad agrupándolos en varias categorías. La empresa debe elegir con una alternativa

fundamentada, los segmentos a los que se van a encargar, y al mismo tiempo a los que no se tendrá en cuenta.

1.4.2.3. Canales De Distribución

Representa una modalidad interactiva que implica a todos los componentes del mismo: empresario, mediador y consumidor final. Según sean las etapas de comercialización que recorre la mercadería o servicio hasta el comprador.

1.4.2.4. Cliente

Un comprador puede ser ocasional, o frecuente dependiendo el producto o servicio que se esté comercializando. Se suele utilizar el término comprador para determinar a un cliente.

- Falta de una adecuada asesoría preventiva, postventa y garantía local.
- Productos que no son amigables con el usuario

1.4.2.5. Fuentes de ingreso

Las fuentes de ingresos que se determinen para el proyecto determinaran la solvencia y estabilidad económica de empresa, ya que se deberán analizar de qué manera se cobrara por los productos ofrecidos de acuerdo a las necesidades del cliente.

1.4.2.6. Recurso Claves

Los recursos que se utilizaran para el proyecto de negocio van desde recursos físicos e intelectuales, humanos y financieros que se necesitaran para el emprendimiento puesto en marcha.

1.4.2.7. Actividades claves

Serán los planes que se llevarán a cabo para la solución de los posibles problemas que se presenten y poder solventarlos de manera rápida y oportuna.

1.4.2.8. Socios claves

Identificar de una mejor manera las alianzas estratégicas que se necesitaran para conseguir más recursos a la empresa.

1.4.2.9. Estructura de Costos

Se deberán realizar los estudios para determinar cuáles serán los costos que se generen para la creación de los productos y ventas.

1.5. Marco Legal

1.5.1. Constitución Jurídica

- Reserva un nombre en la superintendencia de compañías: “Empresa Babysecurityg Cía. Ltda.”
- Elabora los estatutos.
- Eleva a escritura pública. (Superintendencia de compañías valores y seguros, 2015)

1.5.2. Ministerio De Trabajo

Obligaciones del empleador en Ecuador:

- Celebrar un contrato de trabajo
- Sueldo básico que se debe pagar es de 394.00 dólares. (SBU 2019).
- Pagar los décimos tercero y cuarto.
- A pagar una compensación por el salario digno.
- A pagar utilidades si la empresa tiene beneficios. (Ministerio de trabajo, 2017)

Obligaciones del trabajador.

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;

- Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal; (Ministerio de trabajo, 2017)

1.5.3. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

- Inscripción del trabajador con relación de dependencia
- Pago de aportes
- Rubros del Salario de aportación (Iess, 2020)

1.5.4. Sri- Registro Único De Contribuyentes

El RUC es el número de identificación para las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (SRI, 2020)

1.5.5. Patentes Municipales

Impuesto de Patente, constituye el ejercicio permanente de actividades comerciales e industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales en el Distrito Metropolitano de Quito.

El ejercicio impositivo del Impuesto de Patente es anual y comprende el lapso que va del 1o de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad económica se inicie en

fecha posterior al 1o de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año. (Adipiscor, 2015)

1.6. Marco Conceptual

En este punto del marco conceptual se realizará la referencia de palabras que no se sabe a ciencia cierta el significado.

Segmentación

Es posible hablar de la segmentación de mercado, por ejemplo, para nombrar a la división de éste en conjuntos más pequeños cuyos integrantes comparten determinadas características y requerimientos. Estos subgrupos, dicen los expertos, se determinan tras analizar el mercado. (Osterwalder, 2004)

Modelo CANVAS

Su autor, Alexander Osterwalder, consiguió reunir a muchos expertos en emprendimiento para decir cuáles son las 9 áreas más importantes en la que debe de profundizar un emprendedor y que responden a las preguntas típicas: ¿a quién? (clientes), ¿qué? (propuesta), ¿cómo? (socios, actividades, recursos) y ¿cuánto? (consume y cuanto ingresa el modelo). (Osterwalder, 2004)

Lienzos

El Modelo Canvas es una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones. (Osterwalder, 2004)

Rentabilidad

El término rentabilidad se refiere a los beneficios conseguidos o que pueden obtenerse procedentes de una inversión realizada con anterioridad. Este concepto resulta muy importante tanto en el ámbito empresarial como en el de las inversiones, ya que permite conocer la capacidad de una compañía para remunerar los recursos financieros empleados. (Economía Simple, 2017)

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

2.1. Tipos de Investigación

Para realizar cualquier investigación se debe considerar la metodología a implementar, la cual se desarrollará en el presente capítulo

2.1.1. Investigación enfoque cuantitativa

La metodología cuantitativa se utilizará para obtener resultados óptimos y efectivos en el desarrollo del proyecto en la aplicación del modelo CANVAS para el servicio de la cámara de vigilancia, este enfoque permitirá resolver el problema aplicando la encuesta

2.1.2. Investigación exploratoria

Se utilizó una investigación exploratoria basada en la idea de Osterwalder del modelo de negocio CANVAS. La investigación exploratoria examina la necesidad futura de que los compradores dentro de la industria consideren sus necesidades

2.1.3. Investigación descriptiva

Esto nos proporciona una visión general de las características de la población involucrada en el estudio. Al resumir los datos primarios recopilados de la encuesta, así como los datos secundarios que se identificarán y evaluarán para llegar a soluciones clave del modelo CANVAS.

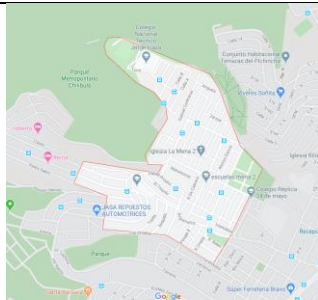
2.1.4. Investigación de campo

El proceso de investigación de campo se realizó a partir de la aplicación de la encuesta a 382 habitantes de la ciudad de Quito, sector Mena Dos.

Por su parte, las funcionalidades estadísticas de Microsoft Excel se utilizaron para el estudio de los datos recopilados después de las encuestas, donde se creó una base de datos en la que se registran los resultados del cuestionario.

2.2. Unidades de Estudio

Mena Dos, el barrio del sur de la ciudad a nombre de una hacienda que existía en por el sector, se caracteriza por ser un barrio de vecindad.

MATRIZ DE 14 PASOS		
N°	CRITERIOS	DESCRIPCIÓN
1	RESEÑA HISTÓRICA DE LA PARROQUIA	Mena Dos, el barrio del sur quiteño su nombre se debe a una antigua hacienda que existía en el la Mena dos se caracteriza por ser un barrio que caracteriza de vecindad
2	HITOS HISTÓRICOS DE LA PARROQUIA	Existen conceptos que ayudan a revelar el avance que ha tenido la parroquia, la diversidad de los emigrantes, y los espacios sobre una geografía.
3	GEOGRAFÍA Y TERRITORIO	
3.1	Localización	La parroquia Mena Dos está situadas al sur del cantón Quito
3.2	Límites del sector	Limita al Norte Chilibulo, Sur: Chillogallo, Este: San Bartolo y Solanda, Oeste: Lloa.
3.3	Altitud	2800 a 4.200 m.s.n.m
3.4	Clima	Se enmarca entre el frío, y la calidez del mediodía.
3.6	Mapa de ubicación de la parroquia	 <p>Fuente: (Googlemap, 2020)</p>

4	DEMOGRAFÍA	
4.1	Población según censo	53626 Fuente: (Ecuador en Cifras, 2020)
4.2	Población total según género	Anónimas
4.3	Población por grupos de edad y sexo	Personas mayores de Edad de 18-65
4.4	Condiciones de pobreza	Nivel C “Medio” Nivel D” Bajo” Nivel B “Clase media”
4.5	Población económicamente activa	Si
4.6	Población de atención prioritaria (adultos mayores, discapacitados, niños, madres)	Si, A niños y niñas.
5	ECONOMÍA Y PRODUCTIVIDAD	
5.1	Actividades económicas	se aprecia un incremento de actividad comercial.
5.2	Cultura y Sociedad	La historia religiosa de esta parroquia es muy importante en cuanto el crecimiento poblacional fue de la mano de la fe católica que encontraban en este rincón ecuatorial el sitio perfecto para vivir.
5.3	Identidad Cultural	
5.4	Grupos Étnicos	Mestizos
6	SERVICIOS BÁSICOS	

6.1	Agua, Luz, Alcantarillado e Internet	Si
6.2	Infraestructura de Salud	Si
6.3	Infraestructura de Educación o Capacitación (establecimientos escolares)	Existen muchas equivocaciones en el ámbito educativo, sin embargo, el nivel de educación es satisfactorio, ciertos alumnos demuestran sus.
6.4	Seguridad	No
6.5	Medios de Transporte y Acceso a la parroquia	La parroquia de mena dos está atravesada por vías en buen estado para poder ingresar hacia los barrios además se puede hacer turismo a Lloa un lugar turístico de nivel nacional. Acceder hasta la parroquia es fácil, desde Quito, se debe tomar la Av. Mariscal sucre.

Elaborado por: Las Autoras

2.2.1. Encuesta

Los datos suelen se obtuvo a través de un cuestionario, con la finalidad conocer las condiciones y características de cada persona encuestada y obtener el resultado de la investigación.

2.2.2. La Muestra

2.2.2.1. Población de muestra

El muestreo se lo realiza al tomar un porcentaje de la población y permite obtener información de la muestra tomada de la población, y con la ayuda de las estadísticas se obtiene resultados, lo más probable que varían de una muestra a otra.

2.2.2.2. Técnica de muestreo

Las técnicas de muestreo se basan en un número de población a estudiar, se pretende conseguir que la muestra de la población de estudio se representativa y por lo tanto que los resultados a obtener sean claros y válidos

2.2.2.3. Tamaño de la muestra

Para la obtención de la muestra, se ha tomado como base la fórmula estadística para poblaciones finitas (recomendada para poblaciones de hasta 80.000 personas). En donde la población de la parroquia de la Mena para el año 2019 es de 53626 habitantes. (Ecuador en Cifras, 2020)

Fórmula:

$$n: \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Datos:

Tabla 3 Datos

Z = Nivel de confianza 95%	constante 1.96
N = población total	53626
P = proporción real estimada de éxito	0.50
Q = proporción real estimada de fracaso	0.50
E= margen de error 5%	0.05

Fuente: Propia

Elaborado: Las Autoras

Desarrollo:

$$n = \frac{53626 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2(53626 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{51520}{135.02}$$

$$n = 381.43$$

$$n = 382 \text{ Encuestas}$$

Para ello se ha realizados las encuestas a 382 habitantes

2.2.2.4. Análisis de resultados de la encuesta

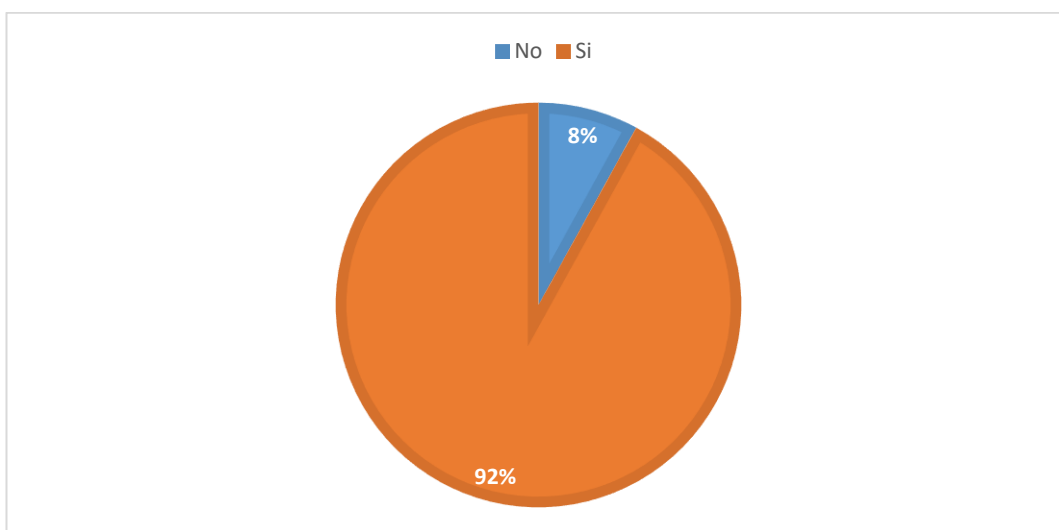
Pregunta 1: En general, ¿Tiene hijos menores de edad?

Tabla 1 Pregunta 1: En general, ¿Tiene hijos de 0-5 años de edad?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
No tengo	31	8%
Si tengo	351	92%
Total	382	100%

Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 2 Pregunta 1: En general, ¿Tiene hijos de 0-5 años de edad?



Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En la ilustración se explica que la mayoría de personas encuestadas si tienen hijos de entre 0-5 años de edad

Interpretación:

La ilustración refleja que el 92% de las personas encuestadas respondieron se encuentra si tenían hijos de 0-5 años de edad, y el 8% que no tenían hijos de 0-5 años de edad.

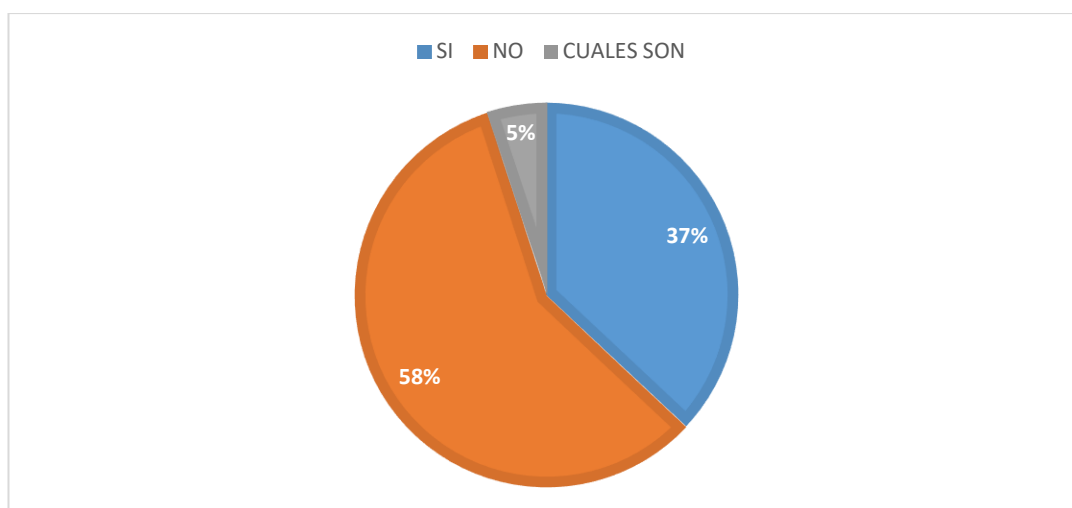
Pregunta 2: ¿Conoce sobre cámaras de seguridad y sus beneficios?

Tabla 2 Pregunta 2: ¿Conoce sobre cámaras de seguridad y sus beneficios?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	141	37%
NO	222	58%
CUALES SON	19	5%
Total	382	100%

Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 3 Pregunta 2: ¿Conoce sobre cámaras de seguridad y sus beneficios?



Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En la ilustración se demuestra que las personas si conocen sobre cámaras de video vigilancia.

Interpretación:

Se observa que el 37% afirman que conocen sobre la seguridad que les puede dar la cámara, el 58% de las personas utilizan de forma correcta, 5% no conocen sobre los beneficios de la cámara.

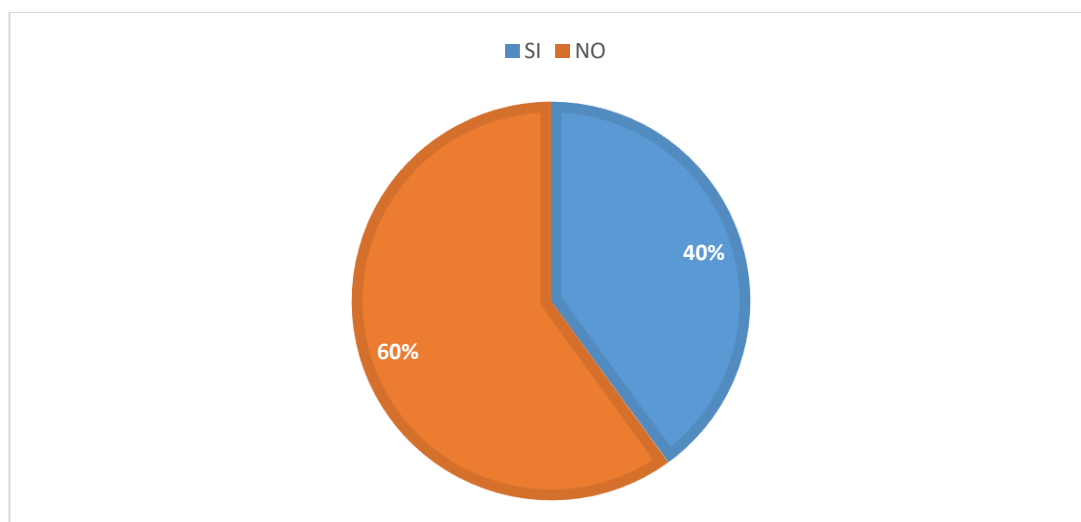
Pregunta 3 ¿Conoce otras cámaras sobre el cuidado del bebe?

Tabla 3 Pregunta 3 ¿Conoce otras cámaras sobre el cuidado del bebe?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	153	40%
NO	229	60%
Total	382	100%

Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 4 ¿Conoce otras cámaras sobre el cuidado del bebe?



Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

La mayoría creen que no han visto cámara de vigilancia personalizadas.

Interpretación:

El 60% de encuestados manifiestan el no conocer tipos de cámaras de vigilancia personalizada, 40% manifiestan que la metodología, de las otras cámaras normales les ayuda para vigilar y ver después lo grabado.

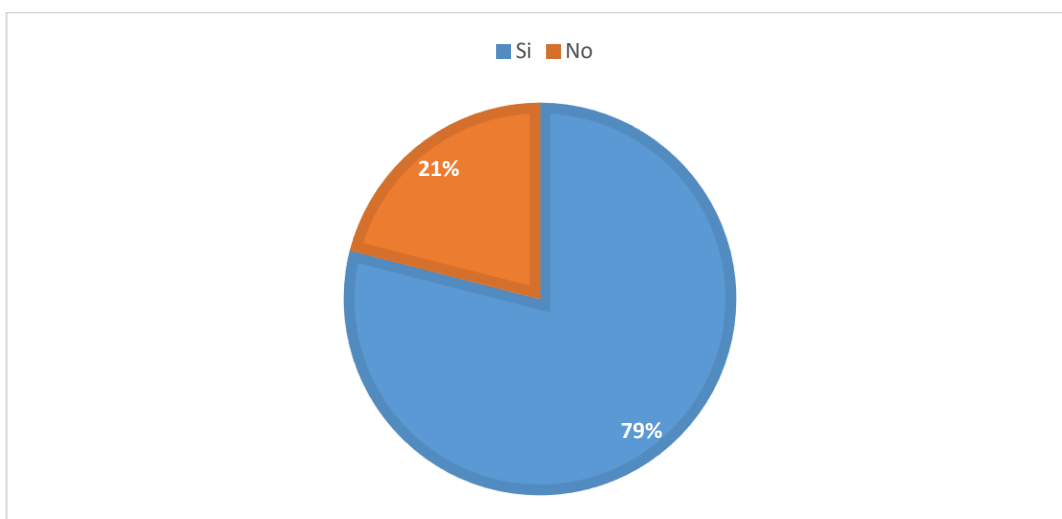
Pregunta 4: ¿Sabiendo los beneficios estaría dispuesto en comprar la cámara?

Tabla 4 Pregunta 4: ¿Sabiendo los beneficios estaría dispuesto en comprar la cámara?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	302	79%
No	80	21%
Total	382	100%

Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 5 Pregunta 4: ¿Sabiendo los beneficios estaría dispuesto en comprar la cámara?



Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Se puede observar que las personas están de acuerdo en comprar cámaras privadas de video vigilancia.

Interpretación:

La ilustración refleja que el 79% comprarían la cámara para seguridad de sus bebés por la tasa de aumento de maltrato a la niñez 21% no lo están.

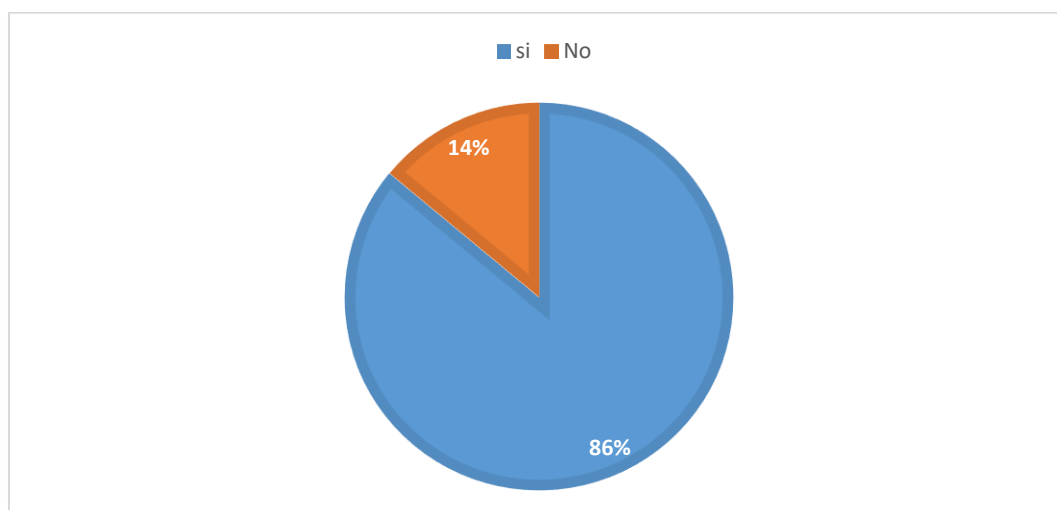
Pregunta 5: ¿Tienen acceso al internet en sus hogares o trabajos?

Tabla 5 Pregunta 5: ¿Tienen acceso al internet en sus hogares o trabajos?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	329	86%
No	53	14%
Total	382	100%

Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 6 Pregunta 5: ¿Tienen acceso al internet en sus hogares o trabajos?



Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Se concluye que la mayoría la usaría por medio de internet por comodidad de ellos

Interpretación:

La grafica refleja que el 86% la usarían por medio de internet por que en la actualidad en todo lado se podrían conectar 14% no tiene internet en sus hogares o trabajo.

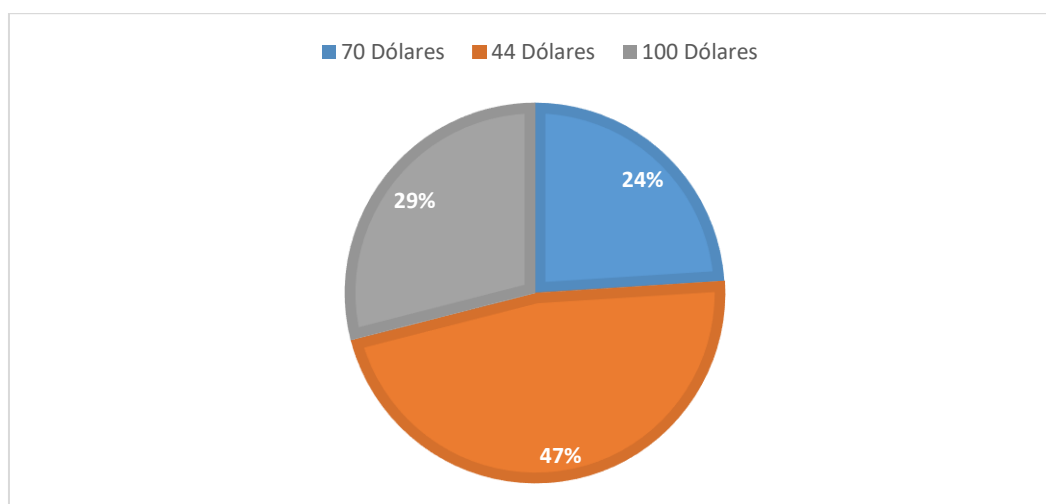
Pregunta 6: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una cámara?

Tabla 6 Pregunta 6: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una cámara?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
70 dólares	95	25%
44 dólares	180	47%
100 dólares	107	28%
Total	382	100%

Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 7 Pregunta 6: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una cámara?



Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Las personas encuestadas dicen estar de acuerdo con el precio y un número menor no lo está

Interpretación:

De los encuestados 25% está de acuerdo con el precio de 70 dólares, 47% está de acuerdo en 44 dólares y 28% dice pagar 100 dólares.

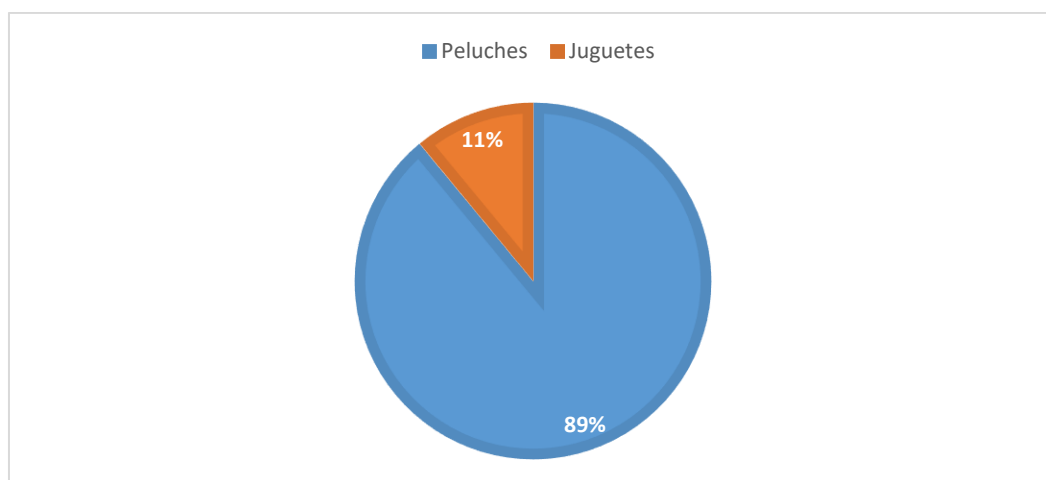
Pregunta 7: ¿Qué presentación le gustaría que sea?

Tabla 7 Pregunta 7: ¿Qué presentación le gustaría que sea?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Peluches	340	89%
Juguetes	42	11%
Total	382	100%

Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 8 Pregunta 7: ¿Qué presentación le gustaría que sea?



Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

La mayoría de los consultados dicen estar de acuerdo con peluches y un mínimo porcentaje no lo está.

Interpretación:

De los encuestados 89% le gustaría en peluches porque son más suaves y un 11% no.

CAPITULO III

3. PROPUESTA

3.1. PROPUESTA DE VALOR


El proyecto objeto de estudio se llama Babysecuritygp, brindara a todo el padre de familia con un producto que son las cámaras de seguridad que tal vez aún no se encuentre en el mercado, las cámaras las encontraran con precios económicos, en ocasiones días de ofertas y también de contar con una gran tecnología de punta con aplicaciones actuales.

Además, se ofrecerá al cliente la opción de personalizar los modelos mediante catálogos o simplemente por imaginación personal, la empresa se diferencia por ser complaciente con los clientes y brindar los mejores y de excelencia calidad.

La propuesta de valor es la mezcla o unión de los productos, beneficios únicos, y de aquellos valores agregados que la empresa está dispuesta a ofrecer a sus clientes, es el plus que se le da a los productos que ofrecemos para hacerlos más apetecidos en el mercado. Los estudios de mercado que sean realizado nos indica que se debe tomar siempre la delantera ante nuestros competidores, también se va a definir de qué manera llegar que les gustaría ser y como quisieran que el mercado perciba ante los demás. Lo que se busca con la propuesta de valor será la mezcla única de los valores que unan los interese del negocio y sus clientes

Tabla 8 Propuesta de valor

MATRIZ DE CONTRUCCIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR			
CRITERIOS	RESPUESTAS		
Definir los precios de la competencia e identificar los precios fijos y variable	Por el sector donde lo vamos a producir no hay competencias, la mayoría de las personas usan el servicio de cámaras de seguridad con otro fin.		
Identificar el tipo de cliente que atendemos o queremos atender	Madres y padres de familia con hijos de 0 a 5 años de edad, trabajadores con un sueldo mínimo de \$394, públicos y privados.		
Establecer siempre los medios de control para entregar calidad del producto y servicios, así como el proceso de garantía de la calidad	Por la compra de nuestros productos les damos un año de garantía y 15 días de monitoreo gratis satisfaciendo todas las necesidades del cliente		
Identificar las alegrías que generamos al cliente en base al mapa del perfil del cliente	Los pedidos se entregan en el mismo día, la estrategia es tener el stock suficiente para poder cubrir los pedidos semanales o mensuales.		
Identificar las alegrías que generamos al cliente en base el mapa del perfil del cliente	Me da consejo concreto que me ayudan a reducir el riesgo del maltrato infantil, como prevenir.		
Competidores Indirectos De Productos Para Hogares Conformados Con Niños Menores De 5 Años	Cuadro comparativo de la Competencia		
	ELEMENTOS	BABYPLAZA	D. link
	Ubicación	Quito	Quito
	Producto	Monitoreo para bebes	Cámaras de seguridad
	Precio de venta	\$ 659. 50	\$ 1000
	Calidad del producto	EXCELENTE	BUENA
	Calidad de atención	EXCELENTE	BUENA
	Medios publicitarios	LETREROS	VOLANTES Y LETREROS
Años en el mercado	10 años	15 años	
Identificar cuáles son los trabajos del cliente al adquirir el producto o servicio que nosotros vamos a aumentar para garantizar la satisfacción	Conocer al cliente y crear cercanía: El marketing que empatiza con el cliente empieza por observar y escuchar, no solo para crear una sensación de cercanía sino para establecer un diálogo que permita tanto ofrecerles los productos que necesita como anticiparse a aquellos que necesitara, incluso sin saberlo.		

	<p>Reconocer y sugerir: Dentro de esta misma dinámica, el cliente busca tanto que le sugerimos aquello que va a necesitar o gustarle cómo hacerlo también él. Alentar esa necesidad de comunicación a dos bandas es otra manera de ser antipáticos.</p>
	<p>Ser vendedores: La cortesía y formalismo corre el riesgo de acabar siendo un problema. Cuando la implicada no es real, acaba evidenciándose. Tanto a la hora de asesorar o resolver problema.</p>
<p>Verificar los procesos de producción o entrega de productos o servicios en busca de brindar un mejor valor. (Economías de escala o búsqueda de un mejor proveedor)</p>	<p>Nuestro servicio nació de una necesidad de seguridad de las madres y padres de familia dejando a sus hijos menores de edad al cuidado de terceras personas para poder ellos trabajar y sustentar el hogar juntos.</p>
<p>Diseño de marca y empaque para generar mayor atracción al cliente en criterio de: Estatus, facilidad, diversión y simplicidad</p>	
<p>Generar desagregación de productos y servicios para brindar al cliente la posibilidad de especialización</p>	<p>Brindar nuestro producto y servicio para las escuelas pública, privadas y hogares.</p>

Elaborado por: Las Autoras

3.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado no es otra cosa que la división de un mercado en espacios segmentos más pequeños de compradores que buscan diferentes necesidades, características y actitudes.

Para nuestro emprendimiento se ha segmentado el mercado de acuerdo con el espacio geográfico en el que vamos a enfocarnos para realizar nuestro emprendimiento, las razones por la cuales se realiza la segmentación son las siguientes:

- Optimizar los tiempos y los recursos que se utilizaran.
- Buscar el posicionamiento de una manera más rápida.
- Crear los productos adecuados y reconocidos para captar las ventas.
- Construir un contenido muy coherente para lograr establecer la comunicación.
- Tener una conexión con los clientes de una manera muy adecuada.

3.3. Canales

Es la forma en la cual se establecerá el contacto que se tendrá con los clientes, pues será el medio por el cual está representado con los clientes que soliciten los productos, además es aquel que empujara las ventas e influirá en el margen que obtendrán los productos y por ende determinara el número de ventas que se logrará. Los canales de distribución son los más importantes ya que de esta manera se logrará hacer llegar nuestros productos a los clientes, pero también se logrará hacerlos

conocer, entre los canales de distribución que se ha elegido para el emprendimiento son los siguientes:

- **Internet**

Este canal es muy popular y común visitado por millones de personas diariamente es una herramienta poderosa y que ayuda para dar a conocer los productos que se ofrecerá mediante una página web exclusiva de la empresa Babysecuritygp.

- **Redes sociales**

La mayoría de personas cuentan con redes sociales personales donde facilitan en dar a conocer el producto puede ser mediante publicidad con videos donde contengan la información, variedad para el pedido del producto.

- **Radio difusión**

Radio difusión la radio es un medio de abarca mucha gente escucha es por esa razón que también ofrecemos el producto a través de él.

Tabla 9 Matriz de Canales y Selección de Canales

Tipos de canales			Fases de canales				
			Información	Evaluación	Compra	Entrega	Pos Venta
			¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?	¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?	¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?	¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?	¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?
Propio	Directo	Equipo comercial					
		Ventas en internet			X	X	X
Socio	Indirecto	Tiendas propias					
		Tiendas de socios	X		X	X	X
		Mayorista					

Elaborado por: Las Autoras

3.4. Relación Con Los Clientes

Básicamente se buscará en obtener un lazo muy fuerte con los potenciales clientes, esto con el fin de llegar a fidelizarlos y lograr obtener información sobre cuáles serían sus necesidades al momento de adquirir nuestros productos.

¿Qué facilidades se dará a los clientes para obtener los productos que se ofrecerá de una manera más cómoda?

Atención puerta a puerta, esto lograra que los clientes no tengan que asistir a los locales para adquirir nuestros productos y así poder comprar por medio de teléfono con la entrega personalmente.

¿Qué tipo de atención se ofrecerá a nuestros clientes para que se sientan a gusto?

Atención personalizada, con esto lograremos entender mejor las necesidades que tengan nuestros clientes y poder atenderlas de manera oportuna y prioritaria.

3.4.1. 4P's Producto, Precio, Plaza y Promoción. (Físico)



Ilustración 9 4P's Producto, Precio, Plaza y Promoción. (Físico)

Elaborado por: Las Autoras

3.4.2. Producto

Ilustración 10 Cámara de vigilancia



Fuente: (LIBRE, s.f.)



3.4.3. Precio

Todos los productos se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación, el precio final de las cámaras de vigilancia es de 44.00 dólares.

3.4.4. Plaza

El lugar de comercialización inicial de los productos es la parroquia de La Mena, de la ciudad de Quito.

3.4.5. Promoción y publicidad

La promoción y publicidad contará con la estrategia de persona a persona y la utilización del internet y las redes sociales.

Logo

Ilustración 11 Logo de Babysecuritygp



Elaborado por: Las Autoras

3.5. Fuentes De Ingreso

Nuestras fuentes de ingresos estarán solventadas básicamente por un capital para el inicio del negocio, sin embargo, se realizará préstamos bancarios para lograr solventar los gastos de locales, maquinarias, útiles, enseres etc.

¿De qué manera el negocio se solventará y obtendrá recursos?

Los ingresos se los obtendrá básicamente de la venta del producto una vez que se los termine y comercialice a todos los clientes.

¿Qué formas de pago se les ofrecerá a los clientes que adquieran los productos?

Las personas que compren nuestros productos podrán cancelar en efectivo y / o tarjetas de crédito, además también implementaremos una forma de pago que trata en

hacer abonos ya sean diarios o semanales para cubrir el total del valor del producto y se les entregara cuando se complete el valor total.

3.5.1. Presupuesto de ingresos

Frecuencia de venta 4 cámaras por/persona

Tabla 10 Presupuesto de ingresos

CONCEPTO	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Cantidad personas	293	298	303	308	313
Cantidad Cámaras	1172	1192	1212	1232	1252
Total, ingresos					
Venta de Cámaras en dólares.	51.568,00	52.448,00	53.328,00	54.208,00	55.088,00

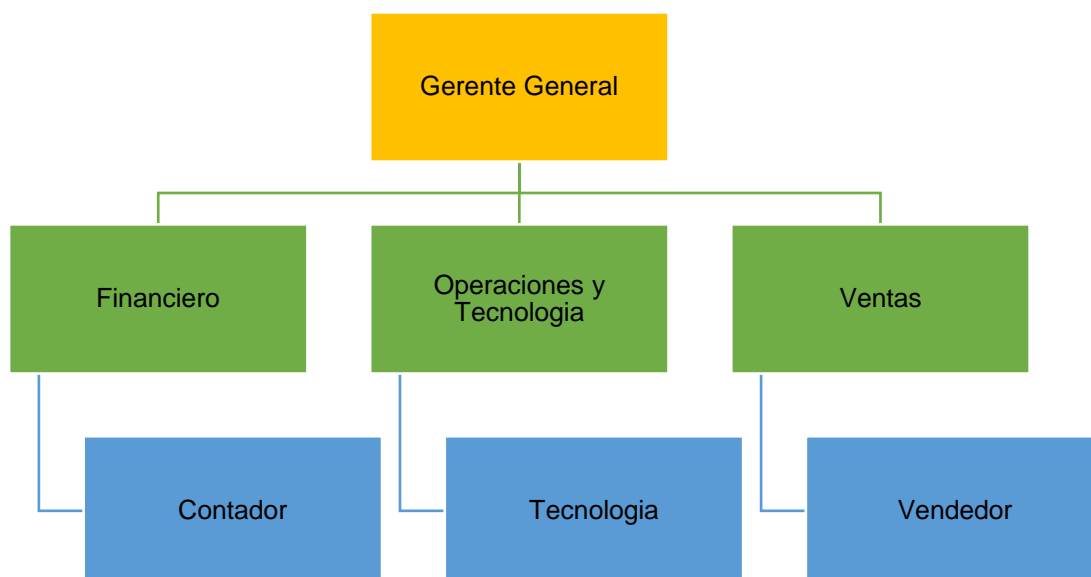
Elaborado por: Las Autoras

3.6. Recursos claves

Todos los de negocio requieren medios que permiten crear una propuesta de valor, para abrir mercado a los productos y servicios que se esté ofreciendo.

3.6.1. Personal

Son todos aquellos elementos que se utilizaran para poner en marcha nuestro proyecto para esto es necesario contar con los siguientes elementos que se detallaran a continuación:



- Se observó el organigrama que la empresa contaba con un gerente general, es el representante de la empresa.
- departamento financiero, se encarga de los registros contables y financieros de la empresa.
- departamento de operaciones se encarga del control de los inventarios de la recepción hasta la venta, incluye bodega
- departamento de ventas: se encarga de buscar clientes y vender los productos.

3.6.2. Financiamiento

Tabla 11 Financiamiento

Financiamiento	Valores	Porcentaje
Capital Propio	2.094	20,75%
Credito Bancario	8.000	79,25%
Total:	10.094	100,00%

Elaborado por: Las Autoras

El crédito bancario a solicitar es de 8000 dólares.

3.6.2.1. Préstamo Bancario

Institución Financiera	BANCO PICHINCHA
Tipo de producto financiero	Productivo Pyme
Monto	8.000,00
Tasa	16,06%
Plazo	5 años
Cuota:	2.446,70

Tabla 12 Préstamo bancario, Tabla de amortización

No.	Saldo	Interés	Principal	Cuota
0	8.000,00			
1	6.838,10	1.284,80	1.161,90	2.446,70
2	5.489,61	1.098,20	1.348,50	2.446,70
3	3.924,54	881,63	1.565,06	2.446,70
4	2.108,13	630,28	1.816,41	2.446,70
5	0,00	338,57	2.108,13	2.446,70
		3.264,63	4.075,46	7.340,09

Elaborado por: Las Autoras

Por motivo del crédito recibido se debe cancelar la cuota anual estimada de 2446.70, el valor total de 3264.63 dólares por intereses,

3.6.3. Infraestructura

Es un conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones donde se desarrollará la actividad de ventas de cámaras.

La comercialización de las cámaras se decidió arrendar un local en condiciones buenas, instalaciones adecuadas ubicado en el sector de La Mena Dos.

3.6.4. Tecnológico

Son todos aquellos elementos que se utilizaran para poner en marcha nuestro proyecto para esto es necesario contar con los siguientes elementos que se detallaran a continuación:

- Cámaras
- Internet
- Aplicación
- Página Web

3.7. Actividades claves

Se tomarán en consideración todas las actividades que se realizaran en la empresa, para determinar el rendimiento y constante crecimiento de la empresa, se tomaran en cuenta las tareas que sean necesarias para implementar la propuesta de valor.

- **PRIMERO:** Investigación de modelos de cámaras
- **SEGUNDO:** Comparación de costos de cámaras

3.8. Socios claves

Aquí determinaremos cuáles serán los socios clave para el desarrollo del proyecto y de esta manera lograr el buen funcionamiento de las actividades a realizar, esto nos ayudara en la adquisición de todos aquellos recursos que se necesitarán.

Proveedores

WIRELESSOFT Soluciones Tecnológicas Cía. Ltda. es una empresa de carácter privado, constituida en Mayo2004, hemos alcanzado las metas que nos habíamos propuesto desde el inicio de la compañía motivándonos a seguir rebasando las expectativas del mercado con perseverancia y trabajo

El reconocimiento constante de los clientes es mejor referencia y su mayor seguridad.

3.9. Estructura de costos

En este espacio se determinará la inversión que conllevará al funcionamiento del presente proyecto para la adquisición de los activos necesarios y el capital de trabajo a utilizarse.

3.9.1. Capital de trabajo

Capital de trabajo=	<u>Costo total</u>	<u>.-depreciaciones</u>	*30
		365	
Capital de trabajo=	<u>49.408,66</u>	<u>(1.300,00)</u>	*30
		365	
Capital de trabajo=	<u>48.108,66</u>		*30
	365		
Capital de trabajo=	3.954,14		

El capital de trabajo es de 3954.14 dólares, dinero en efectivo que la empresa necesita para el normal desarrollo de sus actividades de los primeros 30 días.

3.9.2. Presupuesto de costos Variables

Tabla 13 Presupuesto de costos Variables

Concepto/años	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Cantidad por vender	1.172,00	1.192,00	1.212,00	1.232,00	1.252,00
Precio de compra	15,40	15,40	15,40	15,40	15,40
Total, costo Variables	18.048,80	18.356,80	18.664,80	18.972,80	19.280,80

Elaborado por: Las Autoras

Los costos variables están estrechamente relacionados a la actividad principal de la empresa, que en este proyecto es de la comercialización de cámaras de vigilancia.

3.9.3. Presupuesto de Costos Fijos

Tabla 14 Presupuesto de costos fijos

Concepto/años	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Sueldos y Beneficios Operativo	7.096,36	7.213,31	7.332,18	7.453,02	7.575,84
Arriendo	1.800,00	1.829,66	1.859,82	1.890,47	1.921,62
Energía eléctrica	300,00	304,94	309,97	315,08	320,27
Agua potable	289,00	293,76	298,60	303,52	308,53
Teléfono e Internet	420,00	426,92	433,96	441,11	448,38
Depreciación.	1.300,00	1.300,00	1.300,00	320,00	320,00
Sueldos y Beneficios Administrativo	10.814,60	10.992,82	11.173,99	11.358,13	11.545,32
Suministros de oficina	480,00	487,91	495,95	504,12	512,43
Sueldos de Ventas	5.400,00	5.488,99	5.579,45	5.671,40	5.764,86
Beneficios sociales de Ventas	2.175,10	2.210,95	2.247,38	2.284,42	2.322,07
Interés	1.284,80	1.098,20	881,63	630,28	338,57
Total, Costo Fijos	31.359,86	31.647,47	31.912,93	31.171,55	31.377,89

Elaborado por: Las Autoras

Los costos fijos de la empresa son valores que se deben pagar mes a mes sin tomar en cuenta el nivel de comercialización.

3.10. Lienzo del modelo de negocio

Tabla 15 Lienzo del modelo de negocio

Socios claves Los convenios con los proveedores nos permiten obtener un producto que cumple con todos los requerimientos que exigimos como empresa se debe trabajar en la relación con los clientes	Actividades claves El control de calidad es uno de las principales actividades y de mayor importancia ya que así disminuiríamos las fallas o productos defectuosos	Propuesta de valor Se va a realizar unos nuevos servicios con la utilización de la tecnología para ser una empresa innovadora en el mercado con el objetivo de una mejorar continuamente.	Relación con el cliente Nueva se debe primero planificar y decir estrategias para poder fidelizaros y requiere tiempo y también experiencia para esto se pretende dar seguimiento a los mismos. Recepción de pedido y distribución de los productos directamente a los clientes	Segmento de clientes Niños de 3 meses a 5 años. Padres de Familia Masculino y Femenino Básica, Media, Superior. Todas Ecuatoriana Casados, Solteros Medio y Medio Alto
	Recursos claves el principal recurso es el servicio de las cámaras de excelente calidad para así ofrecer un producto de primera		Canales los canales de distribución son muy amplios Mayorista en Escuelas privadas/publicas Distribuidor en Escuelas privadas/publicas	
Estructura de coste Se ha logrado obtener precios reales para la comercialización, gastos administrativos y de publicidad.		Fuentes de Ingreso Las únicas fuentes de ingreso es principalmente la del dinero que obtendrá de la venta de las cámaras este será la única fuente de ingreso con la que contará la empresa al inicio de su actividad.		

Elaborado por: Las Autoras

3.11. Balances Financiero Projectados

3.11.1. Estado de situación financiera presupuestado

Tabla 16 Estado de situación financiera Presupuestado

Concepto/años	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Activo corriente	8.000,00	9.569,75	11.141,44	12.699,81	13.897,59	18.740,23
Caja y bancos	8.000,00	9.569,75	11.141,44	12.699,81	13.897,59	18.740,23
Activo no corriente	6.140,00	4.840,00	3.540,00	2.240,00	1.920,00	1.600,00
Muebles y Enseres	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Muebles de oficina	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
Equipo de computación	2.940,00	2.940,00	2.940,00	2.940,00	2.940,00	2.940,00
Equipos de oficina	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
(-) depreciaciones acumuladas	-	(1.300,00)	(2.600,00)	(3.900,00)	(4.220,00)	(4.540,00)
Total, activo:	14.140,00	14.409,75	14.681,44	14.939,81	15.817,59	20.340,23
Pasivos						
Prestamos por pagar	8.000,00	6.838,10	5.489,61	3.924,54	2.108,13	0,00
Total, pasivos	8.000,00	6.838,10	5.489,61	3.924,54	2.108,13	0,00
Patrimonio						
Capital social pagado	6.140,00	6.140,00	6.140,00	6.140,00	6.140,00	9.834,14
Utilidad Acumulada		-	1.431,64	3.051,83	4.875,26	7.569,46
Utilidad neta		1.431,64	1.620,19	1.823,43	2.694,20	2.936,64
Total, patrimonio	6.140,00	7.571,64	9.191,83	11.015,26	13.709,46	20.340,23
Total, pasivo y patrimonio	14.140,00	14.409,75	14.681,44	14.939,81	15.817,59	20.340,23

Elaborado por: Las Autoras

El estado de situación financiera en un informe contable en donde nuestra toda la actividad empresarial desde un inicio hasta el final de cada periodo contable y está presupuestado para los próximos 5 años.

3.11.2. Estado de resultados Presupuestado

Tabla 17 Estado de resultados presupuestado

Concepto/años	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Ventas netas	51.568,00	52.448,00	53.328,00	54.208,00	55.088,00
(-) Costo de operación	29.254,16	29.725,40	30.199,33	29.696,00	30.175,44
(=) Utilidad operacional	22.313,84	22.722,60	23.128,67	24.512,00	24.912,56
(-) Gastos administrativos y generales	11.294,60	11.480,74	11.669,94	11.862,26	12.057,75
(-) Gastos de venta	7.575,10	7.699,94	7.826,83	7.955,82	8.086,93
(-) Gastos financieros	1.284,80	1.098,20	881,63	630,28	338,57
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	2.159,34	2.443,73	2.750,27	4.063,65	4.429,31
(-) Participación trabajadores 15%	323,90	366,56	412,54	609,55	664,40
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	1.835,44	2.077,17	2.337,73	3.454,10	3.764,92
(-) Impuesto a la renta 22%	403,80	456,98	514,30	759,90	828,28
(=) Utilidad neta	1.431,64	1.620,19	1.823,43	2.694,20	2.936,64

Elaborado por: Las Autoras

El estado de Resultados en un informe contable en donde nuestra toda la actividad económica de las ventas, costos, gastos, para establecer un resultado económico y está presupuestado para los próximos 5 años.

3.11.3. Estado de flujo de efectivo Presupuestado

Tabla 18 Estado de flujo de efectivo presupuestado

Concepto/años	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
A. Flujo de beneficios						
1. Ventas		51.568,00	52.448,00	53.328,00	54.208,00	55.088,00
2. Valor residual a. Fijos						1.600,00
3. Recuperación Capital trabajo						2.094,14
Total, flujo de beneficios		51.568,00	52.448,00	53.328,00	54.208,00	58.782,14
B. Flujo de costos						
1. Costos operativos		27.954,16	28.425,40	28.899,33	29.376,00	29.855,44
2. Gastos administrativos		11.294,60	11.480,74	11.669,94	11.862,26	12.057,75
4. Gastos de ventas		7.575,10	7.699,94	7.826,83	7.955,82	8.086,93
5. Inversión Activos fijo	6.140,00					
6. Inversión capital de trabajo	3.954,14					
Total, flujo de costos	10.094,14	46.823,86	47.606,07	48.396,10	49.194,07	50.000,12
C. Financiamiento						
1. Préstamos recibido	8.000,00					
2. Pago préstamos		1.161,90	1.348,50	1.565,06	1.816,41	2.108,13
3. interés		1.284,80	1.098,20	881,63	630,28	338,57
D. Impuestos						
1. Participación a trabajadores 15%		323,90	366,56	412,54	609,55	664,40
2. Impuesto a la renta 22%		403,80	456,98	514,30	759,90	828,28
Flujo fondo financiero	(2.094,14)	1.569,75	1.571,70	1.558,36	1.197,78	4.842,64

*no incluye depreciación de activos fijos

Elaborado por: Las Autoras

3.12. Evaluación financiera

3.12.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento, TMAR

Tabla 19 TMAR

Fuentes de Financiamiento	Valor	Tasa %	Estructura en %	Costo Ponderado
Capital Propio	2.094,14	25,00%	59%	14,63%
Interés préstamo		16,06%	38%	6,04%
Inflación		1,65%	4%	0,06%
Total:	2.094,14	42,71%	100%	20,73%

Elaborado por: Las Autoras

La tasa mínima de retorno es de 20.73%, que es la ponderación de tasas de capital propio, interés de préstamo, tasa de inflación.

3.12.2. Valor actual Neto, Van

Tabla 20 VAN

Años	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Inversión inicial	(2.094,14)					
Ingresos		51.568,00	52.448,00	53.328,00	54.208,00	58.782,14
Desembolsos		49.998,25	50.876,30	51.769,64	53.010,22	53.939,49
Flujo de efectivo neto	(2.094,14)	1.569,75	1.571,70	1.558,36	1.197,78	4.842,64
VAN	3.621,75					

Elaborado por: Las Autoras

El valor actual neto es de 3621.75, es resultado es positivo, el proyecto es rentable.

3.12.3. TIR

Tabla 21 TIR

Años	Flujo actualizado
0	-2.094,14
1	1.569,75
2	1.571,70
3	1.558,36
4	1.197,78
5	4.842,64
TIR:	76%

Elaborado por: Las Autoras

La tasa interna de retorno es de 76% > al Tmar de 20.73%, el proyecto es rentable.

3.12.4. Periodo de recuperación

Tabla 22 Periodo de recuperación

Años	Fne	Σ Fne	Acumulado
0	-2.094,14		-2.094,14
1	1.569,75	1.569,75	-524,39
2	1.571,70	3.141,44	1.047,31
3	1.558,36	4.699,81	2.605,67
4	1.197,78	5.897,59	3.803,45
5	4.842,64	10.740,23	8.646,09
Total:	8.646,09	26.048,81	

Elaborado por: Las Autoras

Aplicación de la fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b-c)}{D}$$

$$PRI = 2 + \frac{2.094,14}{1.571,70} \quad (1.569,75)$$

$$PRI = 2 + \frac{524,39}{1.571,70}$$

$$PRI = 2 + 0,33$$

$$PRI = 2,33$$

Aplicación regla de tres para calcular meses:

$$\begin{array}{cc} 100 & 12 \text{ meses} \\ 33 & x \end{array}$$

$$x = \frac{29 \cdot 12}{100} = \frac{396}{100} = 3,96 \text{ Meses.}$$

Aplicación regla de tres para calcular días:

$$\begin{array}{cc} 100 & 30 \text{ días} \\ 96 & x \end{array}$$

$$x = \frac{29 \cdot 12}{100} = \frac{2880}{100} = 28,8 \text{ días}$$

El tiempo de recuperación en años, meses, y días es:

2 años 3 meses 28 días

3.12.5. Relación beneficio/costo

Tabla 23 Cálculo de beneficios y costos actualizados.

AÑOS	Beneficios	FAS=1/(1+i)^n	Beneficios acumulados	Costos	Costo actualizado
0				2.094,14	2.094,14
1	51.568,00	0,828295	42.713,49	49.998,25	41.413,28
2	52.448,00	0,686072	35.983,10	50.876,30	34.904,80
3	53.328,00	0,568270	30.304,68	51.769,64	29.419,11
4	54.208,00	0,470695	25.515,41	53.010,22	24.951,62
5	58.782,14	0,389874	22.917,61	53.939,49	21.029,59
TOTAL:			157.434,29		153.812,54

Elaborado por: Las Autoras

Relación beneficio / costo:

$$B/C = \frac{157.434,29}{153.812,54}$$

$$B/C = 1,02$$

Por cada dólar de la inversión se obtiene 0.02 de rentabilidad libre. Por cada dólar de venta realizada, equivalente al 2%. Si el precio de venta es de 44 dólares la rentabilidad de 0.88 dólares libre de todo.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- Con las técnicas de investigación se pudo considerar que existe un mercado potencial, que está dispuesto adquirir cámara de vigilancia que incluya la aplicación web.
- Mediante la investigación de mercado, en la parroquia de La Mena se evidenció que es una zona muy comercial, existiendo un gran número de comerciantes que no realizan planificación de sus productos.
- El estudio Administrativo, técnico, Legal son parte esencial para la planeación y ejecución del proyecto.
- Se evidenció en el estudio de gestión financiera, que las ganancias y el flujo de efectivo están en capacidad de cumplir con sus compromisos financieros y demás costos que se generan con la operatividad de la empresa, el VAN y el TIR, permite analizar la rentabilidad del proyecto y sobre todo que, si es viable, como inversionistas.

4.2. Recomendaciones

- Tomar en cuenta la calidad de la comunicación de mercados para auxiliarse y convertirse en una empresa líder de cámaras de vigilancia.
- Atraer por lo menos el 30% de la demanda insatisfecha del mercado en los próximos años para mejorar la rentabilidad.
- Implementar una estructura lineal para que se pueda manejar a la empresa con mayor efectividad.
- Buscar alternativas de financiamiento en instituciones financieras en la banca tradicional, con la idea central de obtener un préstamo bancario con mejores condiciones de pago y poder tener recursos financieros para cubrir las necesidades operativas de la empresa.

BIBLIOGRAFIA

- Adipiscor. (10 de Noviembre de 2015). Obtenido de ¿Cómo sacar la Patente Municipal? Ecuador: <https://www.adipiscor.com/tramites-cotidianos/como-sacar-la-patente-municipal-ecuador/>
- Blanco. (2006). *Blanco*. Obtenido de Blanco : <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10379/1/UPS-GT001404.pdf>
- definición. (10 de Enero de 2020). Obtenido de Segmentación: <https://definicion.de/segmentacion/>
- Dumbass Jones. (04 de Junio de 2014). *Modelo negocio canvas*. Obtenido de Beneficios de la implementación del modelo negocio canvas: <https://www.dumbassjones.com/beneficios-de-la-implementacion-del-modelo-negocio-canvas/>
- Economia Simple. (31 de Agosto de 2017). Obtenido de Definición de Rentabilidad: <https://www.economiasimple.net/glosario/rentabilidad>
- Ecuador en Cifras. (07 de Julio de 2020). Obtenido de Proyecciones Poblacionales: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Emprender-facil. (18 de Febrero de 2018). Obtenido de Qué es una idea de negocio?: <https://www.emprender-facil.com/que-es-una-idea-de-negocio>
- Galindo, E. M. (27 de agosto de 2017). Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/definicion-del-marco-teorico.html>
- Googlemap. (29 de Julio de 2020). Obtenido de Barrio La Mena Dos: <https://www.google.com/maps/place/Tarqui+I,+Quito/@-0.2547771,-78.558862,16z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d59927d4274ae1:0xe7a70ba160b73fa0!8m2!3d-0.2556427!4d-78.5533086>

IEBS. (03 de Marzo de 2019). Obtenido de Qué es el Modelo Canvas y cómo aplicarlo a tu negocio: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>

Iess. (10 de Febrero de 2020). Obtenido de Obligaciones patronales: <https://www.iess.gob.ec/>

LIBRE, M. (s.f.). <https://listado.mercadolibre.com.pe/hogar/seguridad-vigilancia/camaras-seguridad/ni%C3%B1o-dios>. Obtenido de <https://listado.mercadolibre.com.pe/hogar/seguridad-vigilancia/camaras-seguridad/ni%C3%B1o-dios>

Mata. (2010). *Mata*. Obtenido de Mata: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10379/1/UPS-GT001404.pdf>

MentorDay. (14 de Mayo de 2019). Obtenido de Business Model Canvas: https://mentorday.es/diccionario-emprendedores/business-model-canvas/?gclid=CjwKCAiAy9jyBRA6EiwAeclQhMGeIfe0xMxMouitLKxEJKtMCjTF7P-h7efHsvRTRxnN0r1_irVGzRoCEJAQAvD_BwE

Ministerio de trabajo. (2017). En *Instructivo para el cumplimiento de las obligaciones de empleadores* (pág. 12). Quito: Ministerio de trabajo Ecuador.

Pigneur, A. O. (2010). *Billage*. Obtenido de Billage: <https://www.getbillage.com/es/blog/alexander-osterwalder-business-model-canvas>

SRI. (10 de Febrero de 2020). Obtenido de RUC: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

Superintendencia de compañías valores y seguros. (2015). Reglamento de reserva de denominaciones para las compañías anónimas, responsabilidad limitada en comandita por acciones y de economía mixta, sometidas al control y vigilancia

de la superintendencia de de compañías, valores y seguros. En *Resolución N. scvs. Dncdn.15.017* (pág. 14). Quito: SICVS.

Toledo. (2013). *Toledo*. Obtenido de Toledo:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10379/1/UPS-GT001404.pdf>

ANEXOS

FORMATO DE LA ENCUESTA

Pregunta 1: En general, ¿Tiene hijos de 0-5 años de edad?

Respuesta
No
Si
Total

Pregunta 2: ¿Conoce sobre cámaras de seguridad y sus beneficios?

Respuesta
SI
NO
CUALES SON
Total

Pregunta 3 ¿Conoce otras cámaras sobre el cuidado del bebe?

Respuesta
SI
NO
Total

Pregunta 4: ¿Sabiendo los beneficios estaría dispuesto en comprar la cámara?

Respuesta
Si
No

Pregunta 5: ¿Tienen acceso al internet en sus hogares o trabajos?

Respuesta
Si
No

Pregunta 6: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una cámara?

Respuesta
250 dólares
200 dólares
150 dólares

Pregunta 7: ¿Qué presentación le gustaría que sea?

Respuesta
Peluches
Juguetes
Total

Resultado del análisis

Archivo: 2.17 GABRIELA GARCIA - PAMELA GAVINALEZ 33AE2.docx

Estadísticas

Sospechosas en Internet: 4,52%

Porcentaje del texto con expresiones en internet [▲](#)

Sospechas confirmadas: 15,78%

Confirmada existencia de los tramos en las direcciones encontradas [▲](#)

Texto analizado: 65,97%

Porcentaje del texto analizado efectivamente (no se analizan las frases cortas, caracteres especiales, texto roto).

Éxito del análisis: 100%

Porcentaje de éxito de la investigación, indica la calidad del análisis, cuanto más alto mejor.

Direcciones más relevantes encontradas:

Dirección (URL)	Ocurrencias	Semejanza
https://experalia.wordpress.com/2013/06/17/los-canales-de-clientes-para-startups-emprendedores-o-negocios-que-se-reinventan-parte-2	11	5,27 %
https://es.scribd.com/document/437492087/Modelo-CANVAS-para-la-comercializacion-de-productos-a-base-de-chochos	6	10,93 %
https://www.slideshare.net/jmanuelm/business-model-generation-61177658	6	2,56 %
https://arroyoquero.blogspot.com/2016/05/canvascamper-generar-el-modelo-de.html	6	7,83 %
https://www.slideshare.net/superpotter/modelo-de-negocio-58773321	5	5,74 %
https://es.scribd.com/document/412314023/Induccion-a-La-Empresa	5	4,7 %

Texto analizado:

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA

IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO CANVAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CAMARASBYSECURITYGP, SECTOR MENA DOS

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de tecnólogo superior en Administración de Empresas

Autoras:

García Moreira Gabriela Elizabeth

Gaviláñez Cardona Lida Pamela

Tutor:

Zambrano Acosta, Juan Carlos

Agosto -2020

CONSTANCIA DE APROBACION DEL TUTOR

En mi calidad de tutor, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha

CERTIFICO