



Tecnología en administración

Modelos cambas para la creación de una empresa de acabados de la
construcción en Quito

Autor:

Verónica Lucia Cantuña Reyes

Tutor:

MSC. Jerson Espinoza

Quito, febrero del 2024

CONSTANCIA DE APROBACION DE TUTOR

En mi calidad de Tutor del proyecto: Modelo Cavas para la creación de una empresa de acabados de la construcción presentado por Verónica Lucia Cantuña Reyes para optar por el título de tecnóloga en administración de empresas, reúne lo solicitado por la institución para su evaluación correspondiente.

Quito, febrero del 2024

MSC. Jerson Espinoza

CC.1001980398

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Verónica Lucía Cantuña Reyes, con cédula de identidad 1715084438, en calidad de egresada de la carrera de administración declaro que los contenidos de este trabajo de titulación, requisito previo a la obtención del grado de tecnóloga en administración, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, febrero del 2024

Atentamente

Veronica Lucia Cantuña Reyes

CC. 1715084438

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, creador del cielo y de la tierra. Alex y Ariel, mis hijos quienes con su apoyo y comprensión han sido pilares fundamentales para forjar mi vida personal.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios con todo mi corazón por su infinito amor y misericordia, ya que no ha sido fácil para mí llegar a este momento de culminar mis estudios.

Gracias a toda mi familia, mi esposo y mis compañeros de trabajo.

RESUMEN

Hoy en día para la creación de cualquier empresa tenemos la necesidad de crear valor para así poder desarrollar una ventaja competitiva que nos haga sobresalir en el mercado y el entorno en el que estamos operando.

La presente investigación tiene el propósito de crear una empresa de acabados de la construcción en Quito basado en una metodología actual con el modelo de negocio CANVAS en este proceso de investigación se llevó a cabo un análisis de los fundamentos teóricos sobre los cuales se sostiene cada uno de los nueve bloques del modelo CANVAS, con deseos de plasmar la gestión estratégica para la creación de la empresa.

El uso de esta herramienta nos permitirá plasmar como operara nuestra empresa y como usaremos nuestros recursos, ya sean humanos, materiales o tecnológicos, además se realizó una investigación de campo con mujeres desde los 18 años en la ciudad de Quito para tener referencia del mercado potencial que tendremos, nos enfocaremos en brindar un excelente servicio al cliente para mantenerles fieles.

ABSTRACT

Nowadays, for the creation of any company we have the need to create value in order to develop a competitive advantage that makes us stand out in the market and the environment in which we are operating.

The purpose of this research is to create a construction finishing company in Quito based on a current methodology with the canvas business model. In this research process, an analysis of the theoretical foundations on which each one is based was carried out. of the nine blocks of the CANVAS model, with the desire to capture the strategic management for the creation of the company.

The use of this tool will allow us to capture how our company operates and how we use our resources, whether human, material or technological. In addition, a field investigation was carried out with women from the age of 18 in the city of Quito to have a reference to the potential market. that we will have, we will focus on providing excellent customer service and keeping them loyal.

Tabla de contenidos

CONSTANCIA DE APROBACION DE TUTOR.....	iii
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTOS.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
Introducción.....	10
Tema	10
Justificación	10
Planteamiento del problema	11
OBJETIVOS	11
Idea a defender.....	12
CAPITULO I: FUNDAMENTACION TEORICA	13
1.1. Marco teórico.....	13
1.2. Marco Conceptual.....	16
1.2.1.1. Componentes del modelo CANVA	16
<input type="checkbox"/> Costos directos.....	21
<input type="checkbox"/> Costos indirectos.....	21
<input type="checkbox"/> Costos Variables	21
<input type="checkbox"/> Costos fijos	21
<input type="checkbox"/> Costos mixtos	21
1.3. Marco Legal.....	22
1.3.1. RUC.....	22
1.3.3. Ministerio de Trabajo	23
1.3.4. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.....	24
CAPITULO II: MARCO METODOLOGICO	24
CAPITULO III: PROPUESTA.....	31
3.1. Misión.....	31
3.2. Visión.....	31
3.6. Descripción de cada módulo.....	35
3.7. Evaluación Financiera	38
CONCLUSIONES.....	42
RECOMENDACIONES.....	43
REFERENCIAS	44

Introducción

Tema

Modelos cambas para la creación de una empresa de acabados de la construcción en Quito.

Justificación

El diseño del plan de negocio cambia nos ayudara a crear la empresa de acabados de la construcción en Quito, ofrecemos servicios en decoración de interiores y exteriores, remodelación, rehabilitación con acabados de lujo que empezarán desde tumbados, paredes con materiales como DRYWALL ya que se puede realizar gran cantidad de diseños porque es un material liviano está conformado por perfiles metálicos, placas de yeso y sujeta con tornillos, ahorra tiempo y son fáciles de usar, después se realizara el estucado y pintura la por ultimo tendrá una gran cantidad de luz led de acuerdo el gusto del cliente, también realizamos grafiados de fachadas garantizando una buena apariencia en las obras porque se usa productos de excelente calidad, a precio accesible.

Nuestro objetivo es lograr posesionarnos en el mercado del sector de la construcción, este termina siendo una excelente oportunidad para innovar, renovar, con la finalidad de suplir las necesidades del cliente mejorando el bienestar y calidad de vida.

Planteamiento del problema

En la ciudad de Quito existe gran cantidad de mano de obra que ofrece los servicios de acabados de la construcción a bajos costos con materiales de mala calidad y en tiempos no establecidos, son servicios que regalados salen muy caros. Pero existen pocas empresas legalmente constituidas para realizar trabajos de excelencia con pasión y calidad por lo que hacen, hoy en día no se toma en cuenta la atención al cliente, la falta de capacitación y experiencia de los trabajadores disminuyen la productividad.

Por este motivo podemos aprovechar este requerimiento de clientes insatisfechos que crece cada vez más, siendo para nosotros una oportunidad para poder atender y satisfacer sus expectativas con empatía y dinamismo generando experiencias positivas e inolvidables haciéndoles sentir únicos, brindándoles un servicio con muchas más comodidades y sobre todo con alta responsabilidad de ejecución de los servicios a realizar.

Formulación de problema

¿Cómo mejorar el servicio de acabados de construcción en Quito y mantener la satisfacción del cliente con precios accesibles?

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar la viabilidad de modelo CANVAS como alternativa para la creación de una empresa de acabados de la construcción en Quito, para satisfacción de nuestros clientes.

Objetivos Específicos:

1. Fundamentar de manera teórica la investigación del modelo CANVAS con libros,

revistas internet para la creación de la empresa de acabados de la construcción

2. Realizar una segmentación de mercado socioeconómico en la ciudad de Quito, que nos permita saber con qué mercado contamos.
3. Brindar una atención al cliente de manera excelente donde él se sienta bien atendido y regrese por nuestros servicios de acabados de construcción.

Idea a defender

El mercado de la construcción es uno de los sectores de mayor generación de fuentes de empleo directas e indirectas que existen y es por ello que la empresa de acabados de la construcción busca posicionarse como líder en el mercado, teniendo en cuenta que la competencia es muy grande, es por esta razón que la empresa debe brindar una atención excelente al cliente para destacarse sobre la competencia.

CAPITULO I: FUNDAMENTACION TEORICA

Para el desarrollo del marco teórico, tenemos la necesidad de definir el concepto de estructura del modelo de negocio CANVA para la creación de una empresa de acabados de la construcción.

1.1. Marco teórico

Modelo de negocio

Un modelo de negocio fundamentado en la innovación se basa en encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor (Osterwalder y Pigneur, 2010).

Este modelo de negocio describe como se solucionará las necesidades que el cliente tenga, ofreciendo un servicio o producto para satisfacción del mismo, esto nos permite realizarnos las preguntas ¿Qué ofrecemos? ¿a quien venderemos? ¿Cómo vamos a generar ingresos?

La estructura de modelo de negocio cambia nos permite visualizar la factibilidad, deseabilidad y viabilidad del proyecto.

Factibilidad asociaciones claves, actividades claves y recursos claves son alianzas con quien voy a realizar el negocio, y hace referencia a que tan posible es realizar mi propuesta de negocio.

Deseabilidad, saber que necesita mi futuro cliente, y en esta parte se encuentran el segmento de clientes, canales, relación con clientes, esta parte sirve para identificar las personas que comprarán mis servicios, como mantener una buena relación con los clientes.

Viabilidad nos permite ver si es financieramente rentable, aquí se encuentra la estructura de costes que son costos y gastos que se realizarán en el proyecto y fuentes de ingresos para el negocio.

1.1.1 Ventaja competitiva

Los emprendedores buscamos mejorar continuamente y obtener ventajas competitivas que nos sostengan en el mercado, construyendo destrezas o habilidades especiales para lograr desarrollar a la empresa y colocarnos en una posición de preferencia.

Esperamos diferenciarnos con nuestro servicio de acabados de la construcción logrando que nuestros clientes nos perciban como únicos y determinantes agregando valor a lo que hacemos.

Los clientes hoy en día necesitan más que un servicio, ellos compran sentimientos que provoquen emociones positivas como la alegría al arreglar su casa y tenerla bonita para su familia, experiencias y transformaciones.

En el liderazgo en costo, podemos ofrecer un mejor servicio a un precio accesible.

En la diferenciación, podemos desarrollar un servicio diferente a los de la competencia.

(Porter, 1985)

El valor se mide en razón de las características del desempeño del producto y de aquellos atributos por los cuales los clientes están dispuestos a pagar una cantidad.

Palabras claves: preferencia, percepción, único.

Preferencia: La característica diferenciadora de la empresa de productos o servicios debe ser capaz de provocar la preferencia de los consumidores, usuarios o clientes sobre las ofertas de los competidores.

Percepción: la característica diferenciadora de la empresa de servicios puede ser una diferencia real o imaginada, basta con que sea percibida así por el mercado.

Único: El factor diferencial debe ser percibido como propio de esa única empresa de servicios

1.1.1 Estrategia

Históricamente, la estrategia se considera como concepto y forma de expresión, nace en la esfera militar, un espacio donde la decisión tiene que ser explícita, antes de convertirse en acción. El arte de la guerra está basado en el engaño, cuando sea capaz finge incapacidad, activo pasividad, próximo, haz creer que estas lejos, alejado, que estas cerca.

La estrategia es un elemento de alta reflexión, ya que con ello se está jugando el destino de acciones trascendentales. El manejo de los recursos es un medio y no el fin de la estrategia. Los seres humanos encargados de llevar a cabo la estrategia requieren una motivación especial, de su involucramiento con los fines estratégicos diseñados. El manejo de la información es fundamental y requiere la utilización de técnicas complejas con clara tendencia hacia la predicción del futuro.

1.1.1.1. Enfoque de la planeación estratégica

Este enfoque parte del concepto de competencia. La sobrevivencia y el crecimiento dependerá, en forma sustancial, de que se compita. Por ello, la selección natural ha dado pie para que se piense que la competencia y la lucha selvática por la vida son esenciales para que cualquier organismo, especie o sociedad, se desenvuelva. (Rodríguez Perez)

Se dice que la estrategia es la capacidad y habilidad para dirigir alguna idea hasta conseguirlo, también se entiende como los medios de acción y pensar, cómo se deberá actuar para conseguir lo que deseo.

La estrategia de un negocio hace referencia a la empresa que busca posesionarse a largo plazo, representa el conjunto integrado y coordinado de compromisos y acciones que la empresa utiliza para lograr una ventaja competitiva mediante la explotación de sus competencias centrales en mercados específicos de servicios. (Luna Gonzales, 2019)

La estrategia es una forma de pensamiento, una forma de observar y percibir la realidad. Es una perspectiva que forma parte de los esquemas racionalistas. Por otro lado, la calidad existe cuando los bienes o los servicios de una compañía cumplen o exceden las expectativas de los consumidores.

1.2. Marco Conceptual

1.2.1. Modelo CANVAS

Es una herramienta simplificada para la elaboración de un modelo de negocio. Este modelo fue ideado por (Alexander Osterwalder e Yves Pigneur 2010). A través de los nueve bloques que reflejan la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. La sencillez de ejecución y su formato visual ayuda mucho a conocer y mejorar la idea, es una de las herramientas más utilizadas por los emprendedores. En el lado izquierdo del lienzo están socios estratégicos, actividades claves, oferta, recursos claves, estructura de costos, en el lado derecho del lienzo este valor, relaciones con los clientes, segmentos de clientes canales de distribución y comunicación, flujos de ingresos.

1.2.1.1. Componentes del modelo CANVA

Segmentos de mercado

Los emprendedores debemos identificar de manera prioritaria el mercado sobre el que nos enfocaremos. La segmentación de mercado consiste en dividir un mercado en grupos distintos de compradores que pudieran necesitar productos o servicios mezclas de mercado

diferentes (Kotler,1989).

La segmentación de mercado tiene diversos tipos:

Segmentación Demográfica, que representa estado civil, educación, estatus social edad, género y cultura.

Segmentación geográfica, ubicación países, ciudades, pueblos.

Segmentación psicográfica, actitudes, personalidad, estilo de vida, valores intereses.

Propuesta de Valor

Lo que nos hace diferentes al resto y por lo que la gente nos elige y no a la competencia.

Propuesta de valor es una descripción breve y clara de las ventajas y beneficios de nuestro servicio para un segmento de clientes definido, es el motivo principal por el que el cliente decide comprarnos o contratarnos, ofrecer soluciones analizando los sentimientos y necesidades de nuestros clientes esto es lo que hace que nuestro servicio sea la solución perfecta sin esta, los compradores no tendrán una razón para comprar lo que vendemos y el cliente contactara a la competencia.

Canales

La importancia de la distribución de servicios es la capacidad de hacer llegar el servicio o producto que se ofrece al público objetivo, en el lugar adecuado, de la manera oportuna y al precio más conveniente con el objetivo de lograr la satisfacción del cliente y su fidelización.

Los canales electrónicos son aquellos que utilizan internet para promocionar y distribuir los productos o servicios. Este tipo de canales trae consigo una gran transformación, pues

debido al uso de tecnología se generan cambios sociales, reflejados en la adaptación de nuevos hábitos que afectan directamente al ámbito de la distribución. (Acosta, 2017)

Relaciones con clientes

Cuando la empresa proporciona un valor superior a sus clientes, las relaciones con ellos se fortalecen. la satisfacción de los clientes genera una relación positiva con la rentabilidad porque es más probable que los clientes satisfechos repitan la compra del servicio.

Es importante conocer quiénes son nuestros clientes, cuáles son sus necesidades, qué esperan de nuestros servicios, cómo nos perciben y cuáles son los elementos que determinan su satisfacción. más importante que el precio es comprender la diferencia que el cliente está dispuesto a pagar por mejores productos o servicios, un servicio de calidad con calidez es la mayor satisfacción al cliente.

¿Quiénes son los clientes?

Son las personas más importantes para cualquier organización, no dependen de nosotros, nosotros dependemos de ellos, por esta razón son el fundamento de nuestro trabajo, no son una interrupción, nos hacen un favor al visitarnos, no les hacemos ningún favor al servirles. Incluso forman parte de la organización, no son de "afuera", es decir son seres humanos llenos de necesidades y deseos, nuestra labor es satisfacerlos y por ello merecen un trato amable y cortés. (Ramírez, 1999)

Fuentes de ingresos

Fuente de ingresos de un negocio proviene de trabajos realizados y es la entrada de dinero para mantenernos en funcionamiento y a la vez seguir creciendo y generar

ganancias es un elemento importante en un modelo de negocio, se obtendrá el dinero de las ventas del servicio, esperando que los ingresos sean mayores que los gastos.

Los ingresos son una entrada de dinero que obtenemos después de invertir tiempo y esfuerzo, en nuestro caso los ingresos que recibimos serán por los excelentes y variados servicios que brindamos en acabados de la construcción, y nuestros clientes a cambio pagan por ellos. Teniendo clara esta información la empresa podrá llegar a crear una o varias fuentes de ingresos.

Recursos clave

Nuestros recursos claves es la experiencia con la que contamos para desarrollar los trabajos requeridos, un equipo humano con personas que realicen su trabajo con pasión y muy bien con valores y principios, nuestra reputación.

El internet en una fuerza dinámica de la economía y ha afectado la forma en la cual se realizan los negocios. La rápida expansión de esta herramienta y su aceptación, han permitido la creación de gran cantidad de nuevos modelos de negocios, según Ralph S. Larsen, dice que los Recursos claves son todos aquellos elementos que se requieren para que una empresa pueda lograr sus objetivos.

Actividades clave

Las actividades claves se centran en la producción de trabajos de mejora de accesibilidad para nuestros clientes, pero también abarcan labores de comercialización, formación, concienciación y divulgación.

Cada modelo de negocio requiere una serie de actividades clave. Estas son las acciones más importantes que debe realizar una empresa para operar con éxito. (Osterwalder, Pigneur, y Vázquez 2012, 35).

Las actividades claves en que la empresa debe enfocarse es en responder las interrogantes de cómo resolver los problemas que a diario se presentan, dar respuesta a los requerimientos de los clientes.

Asociaciones claves

Nuestras asociaciones claves nos permiten brindar promociones y la comercialización, tenemos acciones de mejora que proyectamos y que dan respuesta a una necesidad de nuestros clientes que nos hemos propuesto resolver, estos son los servicios de acabados de construcción.

Todo modelo de negocio, debe tener una gran cantidad de socios claves estos contribuirán a que la empresa crezca y funcione de mejor manera ellos nos darán la oportunidad de obtener beneficios ya que con su apoyo podremos destacarnos por encima de la competencia y maximizar los beneficios de la empresa.

Las asociaciones clave permiten a la empresa contar con personas que buscan un beneficio para ambas partes y nos permiten crecer estos pueden ser los proveedores de materiales esta asociación nos podría ahorrar y dinero y esfuerzo.

Estructura de costos

La estructura de costes de nuestra empresa se compone de los sueldos del personal, el alquiler de materiales para realizar los trabajos en alturas como andamios y canastas, compra de materia prima como pinturas, herramientas, tecnología, desplazamientos de un lugar a otro, visitas a clientes con acciones comerciales y materiales de

comunicación como planes de internet y de celulares.

Por su identidad

- ***Costos directos***

Materia prima directa: Son materiales que forman parte de lo que necesitaremos para realizar el servicio y se identifican plenamente, son medibles y cuantificables, por ejemplo, la cerámica que va a ser utilizada en un departamento.

Mano de Obra directa: Son Costos de los sueldos que se pagan a los trabajadores por su prestación de servicios. Por ejemplo, el maestro albañil que va a colocar la cerámica

- ***Costos indirectos***

En esta clasificación se puede encontrar los materiales indirectos, mano de obra indirecta, servicios básicos, seguros, depreciaciones de las instalaciones de fábrica, energía, impuestos, sueldos, mantenimiento y todos los demás Costos de operación de la planta.

Por su comportamiento

- ***Costos Variables***

Son aquellos que aumentan o disminuyen en proporción a los cambios en la actividad. Ej. Si tenemos más obras por realizar tenemos que comprar más materia prima y también contratar más trabajadores.

- ***Costos fijos***

Es aquel que no cambia a cualquier nivel de producción o de ventas.

Ej. El arriendo del local este no varía, pagamos lo mismo haya más o menos trabajo

- ***Costos mixtos***

Los Costos mixtos son los Costos que tienen características tanto del costo variable como del fijo. Ejemplo la luz, el agua, el celular (Muños Bernal, Espinoza Tolombo, Zúñiga Santillán, Guerrero Rivera, & Campos Rocafuerte, 2017)

1.3. Marco Legal

La empresa de acabados de la construcción formara parte del Régimen Impositivo Simplificado para emprendedores (RIMPE), Según el Servicio de Rentas Internas (SRI).

El RIMPE fue creado con la idea de facilitar el cumplimiento de obligaciones tributarias y poder simplificar las obligaciones de los contribuyentes ya que hace falta una cultura tributaria, RIMPE en negocio popular, son los que facturan de 0 a 20,000 mil dentro de un año calendario y no se cobra IVA tampoco se declara, y se paga al final del ejercicio fiscal la suma de 60 dólares, no se emiten facturas físicas ni electrónica, solo nota de venta autorizada por el SRI en el cual tiene un sello con la leyenda del contribuyente RIMPE negocios populares.

A los contribuyentes RIMPE negocio popular, se nos identificara en la nota de venta porque estará nuestro nombre y el número de registro, y mantendremos en nuestros establecimientos los documentos que sustenten las adquisiciones. Los comprobantes de las compras y ventas que se emitan deberán ser archivados en la forma y en condiciones que establezca el SRI.

1.3.1. RUC

El primer paso para realizar cualquier actividad económica es inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, esto sirve para registrarnos e identificarnos para poder pagar impuestos, tenemos treinta días hábiles para inscribirnos los requisitos que necesitaremos,

son cedula de identidad, papeleta de votación y una planilla de servicio básico de nuestro domicilio.

1.3.2. Requisitos Municipales

LUAE (Licencia Metropolitana Única de Actividades Económicas) es el permiso de funcionamiento que se debe obtener para abrir cualquier negocio, el municipio del distrito metropolitano de Quito autoriza al representante legal el ejercicio de las actividades económicas en un establecimiento determinado.

La *LUAE* integra en una sola especie los siguientes permisos: Uso y ocupación del suelo, permiso de bomberos, letreros de identificación del local, turismo, permiso anual de funcionamiento de la intendencia General de la policía, por convenio de cooperación con el Ministerio del Interior.

1.3.2.1. Requisitos para obtener la LUAE

Copia del ruc, copia de cédula o pasaporte y certificado de votación.

1.3.3. Ministerio de Trabajo

SUT, (Sistema Único del Trabajo) La empresa tiene la obligación de registrar y subir los datos del trabajador, y su contrato de trabajo para el cruce de información con el IESS, y se registran los siguientes datos.

- Ingreso de nuevos contratos.

- Datos personales del trabajador.
- Fecha de inicio de la relación laboral
- Jornadas de trabajo mensual es de 240 horas
- Horario de trabajo, tipo de jornada diurna.
- Periodo de descanso, 60 minutos.

Nosotros realizaremos el contrato por obra cierta para nuestros colaboradores, el contrato por obra cierta, es cuando el trabajador toma a su cargo la ejecución de una labor determinada por una remuneración que comprende la totalidad de la misma, sin tomar en consideración el tiempo que se invierta en ejecutarla (CODIGO DE TRABAJO ECUATORIANO, 2020).

1.3.4. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

En el primer día que ingresan los colaboradores a la empresa estamos en la obligación de generar el aviso de entrada al IESS de nuestros trabajadores. y a enviar el aviso de entrada dentro de los primeros quince (15) días (Art. 73 de la Ley de Seguridad Social).

Los trabajadores deben estar obligatoriamente afiliados, para que obtengan los beneficios sociales que les corresponde, como vacaciones pagadas por 15 días, décimo cuarto, décimo tercero y fondos de reserva estos se reciben después de haber cumplido un año de trabajo y se paga al treceavo mes, corresponde al pago mensual del 8,33% de la remuneración.

CAPITULO II: MARCO METODOLOGICO

En la presente investigación haremos uso del método inductivo - deductivo ya que ésta se basa primero en la observación de un fenómeno y posteriormente se realizan investigaciones y que conducen a la generalización.

Inductivo: Es un medio directo de recabar información, consiste en observar, estudiar, las conductas comunes de las empresas y cómo funcionan, se aplica recorriendo áreas de trabajo y fijándose en el entorno o contando cuantas veces ocurre determinados tipos de conductas.

Esta técnica consiste en una observación activa total, la observación debe realizarse de manera correcta para que proporcione información básica sobre la empresa, y el funcionamiento de la misma, por ejemplo, la observación es muy útil para estudiar las relaciones interpersonales de los clientes.

Deducción: que significa conducir o extraer, se basa en el razonamiento que nos lleva, de lo general a lo particular; De lo complejo a lo simple, sirven para analizar y describir datos.

Las técnicas de recolección de la información serán: la observación, y la investigación en sí misma. Las principales fuentes serán libros, revistas, páginas web, foros relacionados con Administración.

Inferencia: Es lo que suponemos que va suceder a partir de información previa.

2.1. Población de estudio

En el presente trabajo se ha tomado como población de estudio a las mujeres de más de 18 años en la ciudad de Quito, realizando la segmentación socio económico del estrato medio: la gran mayoría tiene una gran capacidad de compra, porque sus ingresos se los

permiten, el mayor interés de esta población está en su vivienda, y desean tener un ambiente acogedor en sus hogares el extracto medio bajo: tienen menor capacidad de comprar por sus bajos ingresos y trabajos, pero una gran parte si tiene vivienda propia, también reciben divisas de los migrantes.

2.2. Muestreo

Es la técnica para seleccionar una parte de población estadísticamente para inferir el valor de una o varias características del conjunto de personas, realizaremos el muestreo probabilístico esto quiere decir que cada persona de la población tiene una probabilidad de ser seleccionado en la muestra.

2.3. Demanda

Es cantidad de un servicio que un cliente requiere y está dispuesto a comprar o solicitar para satisfacer las necesidades que él tiene, esperando obtener un precio conveniente.

2.4. Procedimiento de muestreo y determinación del tamaño de la muestra

Según (Baca Urbina, 2013) menciona que:

En el estudio de mercado de productos que no son de consumo diario, y que se consume por única ocasión y tiene una vida de varios años, por ejemplo, puertas internas o externas para casas, pintura, estucados, arreglos regulares entre otros. En este caso no valen las preguntas: “¿Cada cuándo consume el producto?” “Y cuando lo compra ¿cuántas unidades adquiere? se debe buscar una respuesta directa de si o no, para cuantificar la demanda potencial de este tipo de productos, la población se estratifica a partir de alguna característica económica o social que el investigador considere que influye en el consumo del producto.

Estimación de demanda por segmentación de mercado / investigación de mercado.

Estimaremos la demanda en unidades y en dólares para el servicio de acabados de construcción.

Mercado ciudad de Quito Segmentación Geográfica

Mujeres de mas de 18 años Segmentación Demográfica

Extractó socio económico medio

$$N = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Tamaño de muestra

Siendo

Z	1,96
e	5% de error
p	0,5 probabilidad del 50% que le guste
q	0,5 probabilidad del 50% que no le guste

$$n = \frac{537.003,98}{1.492,53}$$

$$n = 383,91 \text{ encuestas}$$

Investigación de mercado

Uso del servicio

Si usa 35%

No usa 65%



Disposición de compra del servicio

Si compraría 20%

No compraría 80%



Frecuencia de compra 3 veces por año “exagerado “

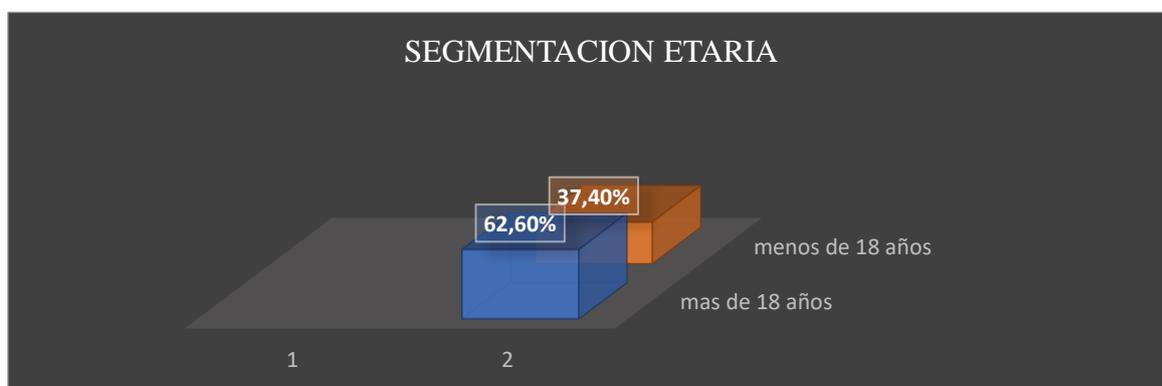
Precio 6 dólares

Segmentación de mercado

Habitantes de Quito	2576. 787 población referencial
Segmentación de sexo	Hombres 48,70%
	Mujeres 51,30% Existen más mujeres



Segmentación etaria	Más de 18 años	62,60%
	Menos de 18 años	37,40%



Segmentación socioeconómica

Extracto medio y medio bajo	72,10%
Otros extractos	27,90%

CAPITULO III: PROPUESTA

La empresa de acabados de la construcción es una pequeña empresa que se dedicara a ofrecer servicios de acabados en la construcción de calidad con sensación de exclusividad para nuestros clientes, buscamos cubrir las exceptivas generadas por clientes cada vez menos conformista.

El modelo de negocio CANVA nos servirá como guía para desarrollar la metodología de acuerdo a las necesidades de la creación de la empresa. Tenemos la seguridad que el grupo de personas que nos contraten estarán contentos con nuestro servicio y estarán dispuestas a pagarnos con gusto por el servicio que ofrecemos.

3.1. Misión

Somos una empresa líder en la prestación de servicios de acabados de la construcción en Quito, buscamos el crecimiento de nuestros colaboradores y clientes.

3.2. Visión

La visión de la empresa de acabados de la construcción es ser un referente en prestar servicios de calidad a nuestros clientes.

3.3. Principios

- Actuar siempre con integridad
- Buscar la satisfacción de los clientes
- Procurar la excelencia en toda actividad

Objetivos

- Brindar atención de calidad a nuestros clientes, realizando un trabajo de excelencia y adaptarnos a las necesidades de ellos.

3.4. Desarrollo

Los dueños de casas, departamentos, locales comerciales, oficinas y arrendatarios requieren siempre de servicios de reparación o de ampliación en sus instalaciones, y esperan de nosotros grandes soluciones con precios cómodos y tiempos cortos en la entrega de sus proyectos.

En este trabajo se ha venido pensando la manera de llevar a cabo el desarrollo de los siguientes acabados:

- Tumbados y paredes de interiores con DRAWOLL
- Exhibidores en salas, cocinas, closet y mesones
- Pintura, estucado, de interiores y exteriores
- Grafiados.



3.5. Proceso

Estos acabados de construcción se realizan con material de calidad y técnicas específicas para así obtener un acabado de lujo para satisfacción de nuestros clientes.

Tumbados con DRYWALL.

Para realizar este trabajo se seguirá los siguientes pasos:

- En tumbados de Eternit, zinc, tejas realizamos el aislamiento térmico acústico usando lana de vidrio y alambre galvanizado para fijar a la cubierta esto ayuda a controlar el calor como el ruido.
- Armado de estructura: verificar la altura a la que se desea instalar el cielo raso realizar marcas en las distintas paredes del área con nivel laser, con la ayuda de un tiralíneas trazar una línea perimetral en toda el área.
- Ubicación de los ángulos: se ubica los ángulos en la pared siguiendo la línea trazada a una distancia de treinta centímetros dependiendo del tipo de pared se puede utilizar clavos de acero, clavos de impacto o taco y tornillo.
- Tensores verticales: se coloca a una distancia de un metro entre si verificando la verticalidad y nivel de las mismas, instalar niveladores con la ayuda de un playo de presión y se atornilla al Angulo, a un metro de distancia.
- Colocación de los primarios: se atornillan con tornillos de estructura en los tensores y niveladores anteriormente fijados estos deben quedar a espacio de un metro de distancia y perfecta mente nivelados.
- Los secundarios: instalar con tornillos de estructura a cada 61 centímetros como distancia máxima eje a eje y en forma perpendicular a los primarios con un playo de presión sujetaremos los perfiles para luego atornillarlos.
- Es recomendable verificar constante mente tanto medidas como niveles ya que nos ayudara a obtener óptimos resultados

- En planchado: una vez finalizado la estructura se instala las planchas con tornillos de planchas espaciados a 20 centímetros de distancia procurando que se introduzcan por completo, pero sin romper el papel.
- Procedimiento de corte: realizamos los siguientes pasos, marcar una línea recta con la ayuda de una tira línea, con un estilete cortar el papel frontal de la plancha luego con una breve presión quebrar.
- Tratamiento de uniones: usar masilla para rellenar las uniones entre las planchas, aplicar una capa generosa de masilla y pegar una cinta de papel con la ayuda de una espátula retirar el exceso presionando la cinta y cuidando que no quede burbujas en la superficie terminada.

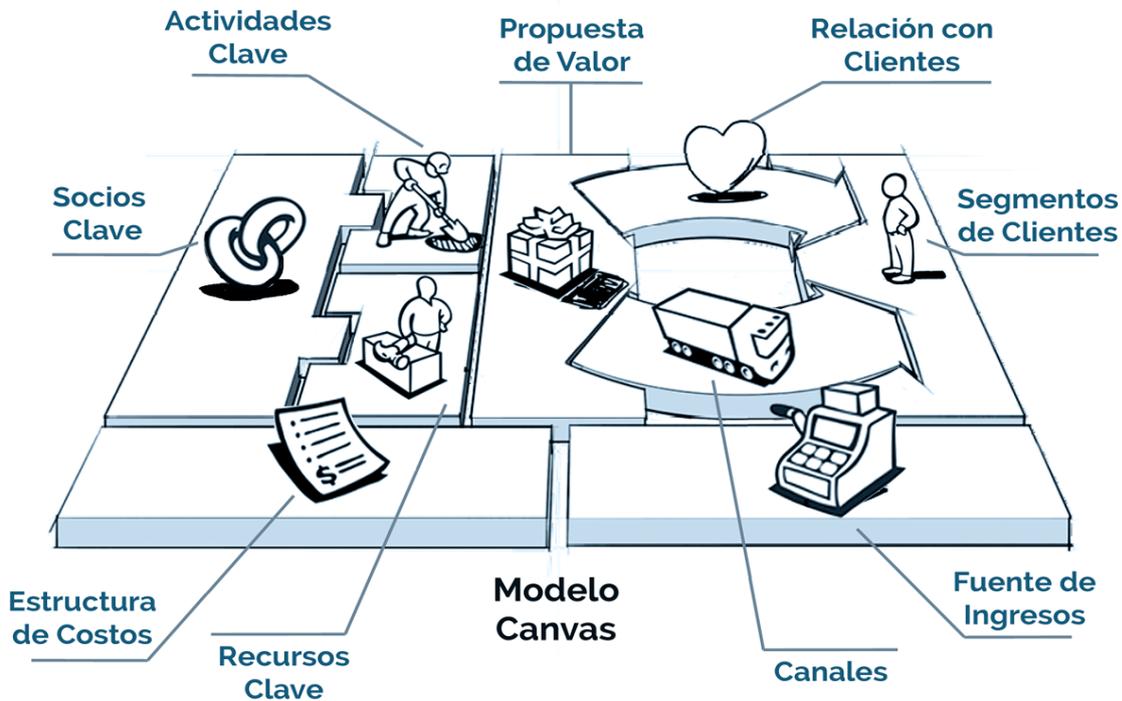
Procedimiento para estucar el tumbado o pared

- Raspar la superficie para retirar cualquier tipo de basura, aplicar una mano agua resina para sellar esto evita que se reviente la superficie, y se lo realiza con rodillo.
- Arreglo de fallas: si encontramos agujeros en las paredes, tumbados tapamos con yeso y luego les lijamos.
- Preparación de estuco: esta preparación contiene carbonato tipo a, cemento blanco espesante, y resina.
- Aplicación del estuco: se carga la pared con el producto de abajo hacia arriba, cuando seca esta se carga la segunda mano vertical mente con una liana.
- Pintura: para estos terminados se utilizará pintura de caucho se aplicará dos manos sobre las superficies en tumbados y paredes.

Con estos acabados empezaremos nuestro proyecto esperando posesionarnos a largo plazo con más servicios y poder crecer en el mercado de la construcción ya que este es generador de fuentes de trabajo directos e indirectos.

El lienzo de Modelo de Negocio, es una manera gráfica de explicar en un solo

cuadrante y de manera estructurada nuestro modelo de negocio.



(<https://www.fundaciobit.org/es/seminario-fdi-analisis-de-modelos-de-negocio-con-la-metodologia-business-model-canvas/>, s.f.)

3.6. Descripción de cada módulo

3.6.1. Segmento de mercado

El mercado al que nos enfocaremos en brindar servicio de acabados de la construcción son mujeres entre 18 en adelante en la ciudad de Quito tomando en cuenta la segmentación psicográfica, que se relaciona con la forma de pensar, sentir y comportarse dando rienda suelta a sus sueños, motivaciones, objetivos, anhelos y problemas de la vida diaria, buscan soluciones a sus necesidades de manera rápida y sencilla en remplazo de lo viejo.

3.6.2. Propuesta de valor

Ofrecer servicios de acabados de construcción en Quito con la más alta calidad, con materiales duraderos y 100% confiables a precios competitivos

3.6.3. Canales

Los canales digitales son las vías de distribución de los diferentes mensajes estratégicos que enviaremos al cliente con el fin de promover el consumo de nuestros servicios.

Usaremos networking que se usa habitualmente en el mundo de los negocios para hacer referencia a una actividad socioeconómica en la que profesionales y emprendedores se reúnen o contactan para formar relaciones empresariales.

Posicionamiento en buscadores es una técnica del marketing en Internet que busca promover los sitios web mediante el aumento de su visibilidad en las páginas.

Anunciar en Plataformas y aplicaciones digitales, publicidad en redes sociales como Facebook, Instagram, sitio web TIKTOK, WhatsApp

3.6.4. Relación con los clientes

Ofrecer atención personalizada y brindar una experiencia agradable, exclusiva y profesional con agilidad, precisión y amabilidad para crear satisfacción en todo momento demostrando que nos preocupamos por ellos, estos esfuerzos serán recompensados con compras repetidas y recomendaciones de nuestros servicios con amigos y familiares.

Las redes sociales son muy poderosas en la actualidad para fortalecer las relaciones con los clientes ya que el uso es masivo y las personas pasan más tiempo en su celular.

3.6.5. Flujo de ingresos

Obtendremos los ingresos a través de los servicios que ofrecemos en acabados de la construcción estos son colocación de DRYWALL, plomería, electricidad, pintura, grafiados, colocación de cerámica y servicio de limpieza al concluir la obra.

3.6.6. Recursos claves

Los recursos claves serán nuestras maquinarias y herramientas, como compresores, taladros, moladoras, nivel laser, pistola de impacto martillos, escaleras, andamios, metros.

Materias primas, que usaremos serán pintura, resinas, carbonatos, cerámica, DRYWALL, cemento blanco, tornillos, clavos y otros materiales de acabados para construcción de calidad.

Personal altamente calificado con capacidades únicas en acabados de construcción proporcionando servicios con la más alta calidad para poder atender y satisfacer al cliente, garantizando que el servicio sea eficiente y eficaz.

3.6.7. Actividades claves

Realizar servicio de mantenimiento de construcción, cuando sean necesarios, contactar y visitar clientes en las obras para realizar presupuestos de lo que el cliente necesite y poder brindar soluciones a sus requerimientos sin ningún costo adicional, ofrecer asesoría brindado la seguridad que su proyecto está siendo desarrollado correctamente con tiempos que requiere el cliente para su finalización

3.6.8. Socios Clave

En empresa de acabados de construcción contaremos con socios para su operación que serán

Arquitectos ya que ellos son los que inician la obra y nosotros concluiremos con los acabados de la misma, proveedores de materiales y herramientas de acabados en construcción de calidad, mano de obra con experiencia y responsable.

Las redes sociales como Facebook, ayudan a ingresar en el comercio electrónico para conseguir clientes.

3.6.9. Estructura de costos

En la empresa de acabados de la construcción los costos de mano de obra son los más recurrentes compra de materiales y herramientas, pagos de redes comerciales.

3.7. Evaluación Financiera

Para iniciar con la creación de la empresa de acabados de la construcción realizaremos un estudio, con el fin de garantizar que este sea verdaderamente factible, con la inversión que realizaremos esperamos generar utilidades para garantizar a largo plazo la rentabilidad económica de la misma, esto nos permitirá obtener fondos necesarios para satisfacer los requisitos funcionales, teniendo la capacidad de pago de nuestras cuentas para obtener un buen desempeño.

Para evaluar la viabilidad de nuestro negocio vamos a utilizar los siguientes métodos:

VAN: valor actual neto.

Definición: es un indicador financiero el cual sirve para determinar la viabilidad de un proyecto, es la suma de los valores descontados con la inversión inicial, para descontar los flujos de caja debo conocer la Temar o WACC.

Criterio del van:

Si es positivo el proyecto es viable financiera mente.

Si es negativo el proyecto no es viable financiera mente.

TEMAR: es la expectativa de rentabilidad del inversionista.

TIR: tasa interna de retorno.

Definición: es aquella tasa de descuento que hace que el valor actual neto de flujos futuros sea igual a cero, se puede interpretar también como la máxima rentabilidad que ofrece el proyecto.

Criterio de la TIR:

Si la TIR es superior a la temar del van el proyecto es viable financiera mente.

Si la TIR es inferior a la temar del van el proyecto no es viable financiera mente.

Inversión inicial:

Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa (Baca Urbina, 2013).

Para nuestro negocio nos proyectaremos a 10 años con el siguiente flujo de caja.

Año 0	año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
\$50.000,00	\$2.000,00	\$5.000,00	\$20.000,00	\$30.000,00	\$40.000,00	\$45.000,00	\$45.000,00	\$50.000,00	\$55.000,00	\$55.000,00

La temar o tasa de descuento será del 22%

FLUJO NETO	VAN	Factor de descuento $1/(1+i)^0$
AÑO 0	\$50.000,00	1
AÑO 1	\$2.000,00	0,81967213
AÑO 2	\$5.000,00	0,67186240
AÑO 3	\$20.000,00	0,55070689
AÑO 4	\$30.000,00	0,45139909
AÑO 5	\$40.000,00	0,36999925
AÑO 6	\$45.000,00	0,30327808
AÑO 7	\$45.000,00	0,24858859
AÑO 8	\$50.000,00	0,20376114
AÑO 9	\$55.000,00	0,16701733
AÑO 10	\$55.000,00	0,13689945
22%	\$46.092,22	
	\$46.092,22	

El proyecto es viable financiera mente puesto que el VAN es positivo 46.092,22, por lo tanto, cumple con la expectativa.

AÑOS	FLUJO DE CAJA/UTILIDAD NETA	TIR
37,05%		
Año 0	-50.000,00	-50.000,00
1	2.000,00	1.459,28
2	5.000,00	2.661,86
3	20.000,00	7.768,77
4	30.000,00	8.502,59
5	40.000,00	8.271,75
6	45.000,00	6.789,81
7	45.000,00	4.954,10
8	50.000,00	4.016,33
9	55.000,00	3.223,52
10	55.000,00	2.352,00
VAN		0,00

El proyecto es rentable financiera mente puesto que la TIR es 37,05% es superior al temar.

Playback o periodo de recuperación de la inversión: es el tiempo que toma recuperar la inversión considerando la rentabilidad esperada. Al usarlo, es necesario elegir los proyectos que se recuperen más rápidamente.

Año 0	año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
\$50.000,00	\$2.000,00	\$5.000,00	\$20.000,00	\$30.000,00	\$40.000,00	\$45.000,00	\$45.000,00	\$50.000,00	\$55.000,00	\$55.000,00	
	1	0,81967213	0,6718624	0,55070689	0,45139909	0,36999925	0,30327808	0,24858859	0,20376114	0,16701733	0,13689945
50.000,00	1.639,34	3.359,31	11.014,14	13.541,97	14.799,97	13.647,51	11.186,49	10.188,06	9.185,95	7.529,47	
\$50.000,00	\$48.360,66	\$45.001,34	\$33.987,21	\$20.445,23	\$5.645,26	\$8.002,25	\$19.188,74	\$29.376,79	\$38.562,75	\$46.092,22	

El proyecto es viable financiera mente porque el Playback indica que recuperaremos en (5 años 5 meses) es menor al horizonte de 10 años

Razón beneficio costo: es la división entre los flujos descontados y la inversión inicial

	Año 0	año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Flujo neto	\$50.000,00	\$2.000,00	\$5.000,00	\$20.000,00	\$30.000,00	\$40.000,00	\$45.000,00	\$45.000,00	\$50.000,00	\$55.000,00	\$55.000,00
Factor de descuento	1	0,819672131	0,671862403	0,550706887	0,451399088	0,369999252	0,303278076	0,248588587	0,203761137	0,167017325	0,136899447
Flujos descontados	\$50.000,00	\$1.639,34	\$3.359,31	\$11.014,14	\$13.541,97	\$14.799,97	\$13.647,51	\$11.186,49	\$10.188,06	\$9.185,95	\$7.529,47
flujos descontados acumulados	\$50.000,00	\$48.360,66	\$45.001,34	\$33.987,21	\$20.445,23	\$5.645,26	\$8.002,25	\$19.188,74	\$29.376,79	\$38.562,75	\$46.092,22

Si la razón beneficio costo es mayor a 1 el proyecto es viable financiera mente.

Si la razón beneficio costo es menor a 1 el proyecto no es viable financiera mente

$$\begin{aligned}
 & \text{Flujos descontados: } \$96.092,22 \\
 & \text{Valor absoluto de I } \$50.000,00 \\
 \\
 \text{RBC} = & \frac{\text{sumatoria de flujos descontados}}{\text{Valor absoluta de la inversion}} \\
 \\
 \text{RBC} & \quad \quad \quad 1,92
 \end{aligned}$$

CONCLUSIONES

1. Con la presente investigación se conoció el modelo de negocio CANVAS como herramienta teórica para conocer los nueve bloques del modelo y poder plasmar nuestra idea en una sola hoja, esto facilita capturar, visualizar, entender, comunicar y compartir la lógica del negocio facilitando la toma de decisiones.
2. Por otro lado, para la creación de la empresa de acabados de la construcción contamos con una muestra en el mercado de mujeres que somos las mejores clientas por excelencia, ya que en el país somos más, utilizaremos el método de observación.
3. Se concluye que la idea de la creación de la empresa de acabados de la construcción con el modelo CANVAS es viable porque nos permite generar valor de manera diferente a los competidores para dejar de ser imitadores, ya que contamos con una ventaja competitiva, para convertirnos en empresarios creativos dueños de nuestro destino y constructores de un mejor país.

RECOMENDACIONES

1. El plan de negocios CANVA es recomendable para todas las empresas sin importar su tamaño para facilitar su crecimiento y desarrollado, Osterwalder & Pigneur autores de este modelo nos muestra aspectos teóricos, estratégicos operativos, financieros, legales y de capital humano, para la creación de nuestra empresa.
2. De igual manera Se recomiendo tener información precisa y más completa, o aplicar un instrumento más amplio que permite recolectar más información de las empresas legal mente constituidas para tomar como referencia para nosotros.
3. Finalmente, después de observar todos los efectos positivos de implementación del modelo de negocio cambas para la creación de la empresa de acabados de la construcción es recomendable que las empresas busquemos alternativas de financiamiento para desarrollarnos en el mercado creando rentabilidad

REFERENCIAS

- Acosta, A. L. (2017). Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1270/Canales%20de%20Distribuci%C3%B3n.pdf?sequence=1>
- alfredo, L. g. (2019). *Administracion estrategica* . mexico: patia .
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluacion de proyectos*. Mexico : Editorial Mexicana.
- BUENO, G. A. (Mayo de 2010). Obtenido de <https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/paperventaja competitiva>
- Cajas, C. J. (dos de enero de 2018). <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6393>.
Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6393>:
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6393/1/T2735-MBA-Carvajal-Implementacion.pdf>
- Ciribeli, J. P. (28 de febrero de 2015). Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=s1668-87082015000100002&script=sci_arttext
- <https://www.fundaciobit.org/es/seminario-fdi-analisis-de-modelos-de-negocio-con-la-metodologia-business-model-canvas/>. (s.f.). Obtenido de <https://www.fundaciobit.org/es/seminario-fdi-analisis-de-modelos-de-negocio-con-la-metodologia-business-model-canvas/>: <https://www.fundaciobit.org/es/seminario-fdi-analisis-de-modelos-de-negocio-con-la-metodologia-business-model-canvas/>
- Lopez, J. (14 de Octubre de 2013). <https://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/6837?locale=de>. Obtenido de <https://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/6837?locale=de>: <https://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/6837?locale=de>
- Luna Gonzales , A. C. (2019). *Administracion estrategica* . Mexico: Patria. Obtenido de <https://www.dedrywall.com/>: <https://www.dedrywall.com/>

Muños Bernal , M., Espinoza Tolombo , R., Zuñiga Santillan , x. L., Gerrero Rivera , A. W., & Campos Rocafuerte , H. F. (2017). *contabilidad de costos para gestion administrativa*. guayaquil: Ediciones Holguín S.A.

Porter, M. E. (1985). *La ventaja competitiva* .

Ramírez, L. A. (1999). Calidad en el servicio al cliente. *revista de ciencias administrativas y financieras* .

Rodriguez Perez, E. (s.f.). *Planeacion estrategica*. Jalisco .

SRI. (s.f.). <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>: <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>

Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de proyectos* . mexico: Editorial Mexicana.

www.quito.gob.ec. (s.f.). Obtenido de www.quito.gob.ec: www.quito.gob.ec