



Tecnología Superior en Administración

Título de la propuesta: **Modelo de Negocios Canvas para la creación de “Hidroteam JF” sector Puengasi.**

Trabajo de titulación presentado como requisito previo para optar por el título de **Tecnólogo/a Superior en administración**

Autor: **Falconí Oña, Francisco Jared**

Tutor: **Ing. Jiménez Durán, Blanca Alexandra MSC.**

Distrito Metropolitano de Quito–Septiembre-2023

INDICE GENERAL

Resumen	14
Abstract	15
Introducción.....	16
Planteamiento de problema.....	17
Formulación del problema.	18
Idea a defender.....	19
Justificación.....	19
Objetivo	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos.....	20
Líneas y sub líneas de investigación	20
CAPITULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	23
Modelo Canvas	23
<i>Concepto</i>	23
<i>Creador</i>	23
<i>Importancia del modelo Canvas</i>	24
<i>Lienzo de modelo de negocios</i>	24
<i>Segmento del modelo Canvas</i>	25
<i>Segmento del mercado</i>	25
<i>Propuesta de valor</i>	26
<i>Canales</i>	26
<i>Relación con los clientes</i>	26
<i>Fuentes de ingreso</i>	27
<i>Recursos Claves</i>	27
<i>Actividades clave</i>	27
<i>Asociaciones clave</i>	28
<i>Estructura de costes</i>	28
Acabados de la construcción.....	28
<i>Concepto</i>	28

<i>Tipos de acabados</i>	29
<i>Acabados cerámicos</i>	29
Piscinas	29
<i>Origen etimológico</i>	29
<i>Historia</i>	30
<i>Evolución de las piscinas</i>	31
Hidromasajes	31
<i>Concepto</i>	31
<i>Características</i>	32
Tinas de baño	32
<i>Concepto</i>	32
Instalación.....	33
<i>Concepto</i>	33
Marco conceptual.....	34
Modelo.....	34
Segmento	34
Recurso	34
Vinculo	34
Lienzo	34
Obra gris	34
Hidroterapia	34
PRFV	35
Marco Legal.....	36
Constitución de la República del Ecuador.....	36
Sección Octava Trabajo y Seguridad Social.....	36
Ley orgánica De Emprendimiento e Innovación.....	36
Código De Trabajo Ley De Seguridad Social	37
Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social.....	37
Ley de Seguridad Social	37
CAPITULO II: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	39
Diseño de investigación	39
<i>Enfoque Cuántico</i>	39

<i>Método Científico</i>	39
<i>Investigación de campo o diseño de campo</i>	40
<i>Investigación descriptiva</i>	40
<i>Unidad de análisis</i>	40
Técnicas de investigación	42
<i>Encuesta</i>	42
<i>Cuestionario</i>	42
Análisis de Resultados	43
<i>Población según su género</i>	43
<i>¿Cuál es su nivel de ingresos promedio?</i>	45
1 <i>¿Usted posee en su hogar tinas de baño o hidromasajes?</i>	46
2.- <i>¿Le gustaría tener en su casa una piscina o hidromasajes?</i>	47
3.- <i>¿Basados en su respuesta anterior cree que los diseños de tinas de baño deban proporcionar descanso y comodidad?</i>	48
4.- <i>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un hidromasaje?</i>	49
5.- <i>¿Está satisfecho actualmente con los locales que venden este tipo de productos?</i>	50
6.- <i>¿Qué factores influyen para que usted descarte la adquisición de este tipo de productos?</i>	52
7.- <i>¿Qué factores influyen para que usted adquiera este tipo de productos?</i>	53
8.- <i>¿Dónde compra usualmente este tipo de productos?</i>	55
9.- <i>¿Por qué medio te gustaría conocer este tipo de productos?</i>	56
10.- <i>¿Estarían dispuestos a pagar por mantenimiento de áreas húmedas como lo son piscinas e hidromasajes?</i>	57
Análisis Foda	59
Análisis PESTEL	60
Conclusiones de la Investigación de Campo.	61
CAPITULO III: DESARROLLO DE MODELO CANVAS.	62
Segmento de clientes.....	62
<i>Segmentación Geográfica</i>	62
<i>Segmentación Demográfica</i>	63
<i>Segmentación Psicográfica</i>	65
Propuesta de valor.....	65
<i>Definición del negocio</i>	65

<i>Característica de la empresa</i>	65
Canales	66
Relación con los clientes	69
Fuentes de ingreso	71
Recursos Clave	71
<i>Hidromasajes y Tinas</i>	75
<i>Equipos Neumáticos</i>	76
<i>Accesorios</i>	79
Actividades Clave	81
<i>Organigrama Estructural</i>	83
<i>Plan de producción del bien o servicio</i>	84
<i>Producto</i>	84
<i>Almacenamiento de productos y producción</i>	84
<i>Almacenamiento de producto terminado y centro de distribución</i>	84
Clientes	84
Socios Clave	85
Estructura de costes.....	86
Conclusiones.....	100
Recomendaciones	101
Referencias	102
Anexos.....	105
Anexos 1	105
Anexos 2.....	106
Anexos 3	107
Anexos 4.....	108
Anexos 5	109
Anexo 6	110
Anexo 7	113
Anexo 8	114

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	18
Grafica de árbol de problemas.....	18
Figura 2.....	25
Segmentos del modelo Canvas.....	25
Figura 3.....	30
La primera piscina registrada.....	30
Figura 4.....	32
Hidromasaje Octogonal.....	32
Figura 5.....	41
Ubicación geográfica de la parroquia de Conocoto.....	41
Figura 6.....	42
Evidencia del cálculo de muestra.....	42
Figura 7.....	43
Ilustración en porcentaje del género de los encuestados.....	43
Figura 8.....	44
Ilustración que representa en porcentajes las edades de los encuestados.....	44
Figura 9.....	45
Nivel de ingresos de las personas encuestadas.....	45
Figura 10.....	46
Resultados de la Primera pregunta.....	46
Figura 11.....	47
Resultados de la Segunda pregunta de la encuesta.....	47
Figura 12.....	48
Resultados de la Tercera pregunta de la encuesta.....	48
Figura 13.....	49
Resultados de la Cuarta pregunta de la encuesta.....	49
Figura 14.....	51
Resultados de la Quinta pregunta de la encuesta.....	51
Figura 15.....	52
Resultados de la Sexta pregunta de la encuesta.....	52
Figura 16.....	54
Resultados de la Séptima pregunta de la encuesta.....	54

Figura 17.....	55
Resultados de la Octava pregunta de la encuesta.....	55
Figura 18.....	57
Resultados de la Novena pregunta de la encuesta.	57
Figura 19.....	58
Resultados de la Décima pregunta de la encuesta.	58
Figura 20.....	63
Datos acerca de la parroquia de Conocoto	63
Figura 21.....	73
Plano de distribución del local de ventas con un metraje de 7x9 metros o también de 50 metros cuadrados	73

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	20
<i>Líneas y sub líneas de investigación.</i>	20
Tabla 2.	21
<i>Eje de formación.</i>	21
Tabla 3.	43
<i>Número de personas según su género.</i>	43
Tabla 4.	44
<i>Edades de las personas encuestadas.</i>	44
Tabla 5.	45
<i>Ilustración acerca del nivel de ingresos.</i>	45
Tabla 6.	46
<i>Resultados de la primera pregunta</i>	46
Tabla 7.	47
<i>Resultados de la segunda pregunta de la encuesta.</i>	47
Tabla 8.	48
<i>Resultados de la tercera pregunta de la encuesta.</i>	48
Tabla 9.	49
<i>Resultados de la Cuarta pregunta de la encuesta.</i>	49
Tabla 10.	50
<i>Resultados de la Quinta pregunta de la encuesta.</i>	50
Tabla 11.	52
<i>Resultados de la Sexta pregunta de la encuesta.</i>	52
Tabla 12.	53
<i>Resultados de la Séptima pregunta de la encuesta.</i>	53
Tabla 13.	55
<i>Resultados de la Octava pregunta de la encuesta.</i>	55
Tabla 14.	56
<i>Resultados de la Novena pregunta de la encuesta.</i>	56
Tabla 15.	58
<i>Resultados de la Décima pregunta de la encuesta.</i>	58
Tabla. 16.....	59
<i>Matriz FODA de Hidroteam JF.</i>	59
Tabla 17.	60
<i>Análisis PESTEL de Hidroteam JF.</i>	60
Tabla 18.	63
<i>Población económicamente activa (PEA) de la parroquia de Conocoto.</i>	63
Tabla 19.	64
<i>Población por rango de edades</i>	64
Tabla 20.	67
<i>Fase de canales.</i>	67
Tabla 21.	69
<i>Relación directa con los clientes.</i>	69
Tabla 22.	71

<i>Ingresos</i>	71
Tabla 23.....	72
<i>Recursos claves</i>	72
Tabla 24.....	73
<i>Herramientas de trabajo</i>	73
Tabla 25.....	74
<i>Herramientas para el asentamiento de la tina</i>	74
Tabla 26.....	76
<i>Tipo de tinas</i>	76
Tabla 27.....	76
<i>Equipos neumáticos para tina géminis</i>	76
Tabla 28.....	77
<i>Equipos neumáticos para tina Girasol</i>	77
Tabla 29.....	78
<i>Equipos neumáticos para tina egipcia</i>	78
Tabla 30.....	79
<i>Accesorios para la tina géminis</i>	79
Tabla 31.....	79
<i>Accesorios para tina girasol</i>	79
Tabla 32.....	80
<i>Accesorios para tina egipcia</i>	80
Tabla 33.....	81
<i>Tipos de bomba</i>	81
Tabla 34.....	81
Tabla 35.....	85
<i>Accionista Clave</i>	85
Tabla 36.....	86
<i>Estructura de costos de Hidroteam JF</i>	86
Tabla 37.....	90
<i>Estructura de costes para la tina Girasol</i>	90
Tabla 37.....	94
<i>Estructura de costes para la tina egipcia</i>	94
Tabla 38.....	98
<i>Presupuesto de ventas</i>	98
Tabla 38.....	99
<i>Estado de Resultados</i>	99

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de Titulación, 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 “Hidroteam JF” sector Puengasi**, presentado por el estudiante Francisco Jared Falconí Oña de la promoción 4TSAQ2, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

Quito, 19 de septiembre del 2023.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
BLANCA ALEXANDRA
JIMENEZ DURAN

MSC. Blanca Jiménez.

No. Cedula

171075530-5

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Francisco Jared Falconí Oña con cedula de identidad 175439523-2, en calidad de egresado de la carrera de Administración promoción 4TSAQ2, declaro que los contenidos de este trabajo de titulación, requisito previo a la obtención del grado de Tecnólogo en Administración, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 19 de septiembre del 2023

Atentamente,

Francisco Jared Falconí Oña

No. Cedula I.: 175439523-2

DEDICATORIA

A mis padres, hermanos, familia, les dedico el presente trabajo de titulación, gracias por acompañarme por este proceso largo y duro que es la vida, gracias a Dios por mantenerme resiliente al fracaso y a la adversidad, también, le doy las gracias a los tutores/as del Instituto Tecnológico Pichincha por habernos guiado hasta ahora con pasión y determinación, se ha sentido tal amor por su profesión, madre y padre a ustedes con amor les dedico este gran esfuerzo.

Francisco Jared Falconí Oña

AGRADECIMIENTO

Mis agradecimientos van dirigidos, primero, a mis padres, quienes me han protegido, cuidado y educado con amor y devoción, Dios sabe que han sacrificado todo por mis hermanos y familia, a ellos por siempre estaré agradecido, gracias. A mis hermanos quienes he tenido el privilegio de transitar esta vida con ellos, les agradezco por siempre el estar ahí y mantenerme firme en los momentos más críticos de nuestras vidas, a mis abuelitos quienes con su dulzura y cariño ha mantenido en mi ese sentido de comunidad, gracias, por último, les agradezco a toda la familia que conforme el tecnológico universitario Pichincha, por haberme acogido en su hermosa institución y haberme guiado hasta el final.

Francisco Jared Falconí Oña

Resumen

La construcción de un modelo de negocios Canva, ayuda a que se estructure de manera precisa y ordenada una idea de negocio, con la finalidad de guiar una idea y hacerla material, la formación de dicho modelo, asegurará la creación de Hidroteam JF, microempresa referida a la instalación e implementación de hidromasajes, tinas y piscinas, en este sentido ayudara a proveer oportunidad dentro del sector de Puengasi en Quito.

En el capítulo I, procedente del proyecto de investigación, se expondrá los principales problemas que se tienen a la hora de plantear la temática que se propuso en un inicio, por lo cual se verá en la obligación de defender la idea, a la par que se van desarrollando sus respectivos objetivos generales y específicos, siguiendo con el desarrollo del marco teórico, mismo que presentara sus definiciones primordiales, las cuales sustentara el tema en cuestión. Culminando con el marco conceptual, este presentara la debida explicación a palabras desconocidas que de alguna forma esté relacionada con dicha investigación.

En el capítulo II, se empezará a dimensionar el diseño metodológico, un aspecto a tomar en cuenta para el desarrollo del tema. Esto permitirá seguir con la recolección de datos y respectivos análisis, para la búsqueda de resultados que promuevan la creación de la microempresa Hidroteam JF en el sector de Puengasi, Quito.

En el capítulo III se expondrá el modelo de negocios Canva, por lo tanto, se juzgará su propuesta y se intervendrá si es posible en cada elemento que la caracteriza. Llegados a este punto, se tomará en cuenta a la microempresa Hidroteam JF apta para su implementación como una estructura organizacional ideal para su alza en el mercado con un lanzamiento inicial.

Palabras Clave: Modelo Canvas, Hidromasajes, Tinas de baño, Microempresa, Instalación.

Abstract

The construction of a Canva business model helps to structure a business idea in a precise and orderly manner, in order to guide an idea and make it material, the formation of said model will ensure the creation of Hidroteam JF, a microenterprise referred to the installation and implementation of hydro massage tubs and swimming pools, in this sense it will help provide the market with a viable option for the sale of said products, it will also open up a great opportunity within the Puengasi sector in Quito.

In chapter I, from the research project, the main problems that arise when raising the theme that was proposed at the beginning will be exposed, for which it will be forced to defend the idea, at the same time that Their respective general and specific objectives are being developed, continuing with the development of the theoretical framework, which will present its primary definitions, which will support the subject in question. Culminating with the conceptual framework, this will present the proper explanation to unknown words that is somehow related to said investigation.

In chapter II, the methodological design will begin to be dimensioned, an aspect to be taken into account for the development of the topic. This will allow to continue with the data collection and respective analysis, for the search of results that promote the creation of the Hidroteam JF microenterprise in the Puengasi sector, Quito.

Chapter III will expose the Canva business model, therefore, its proposal will be judged and intervention will be made if possible in each element that characterizes it. At this point, the microenterprise Hidroteam JF suitable for its implementation will be taken into account as an ideal organizational structure for its rise in the market with an initial launch.

Key words: Canvas Model, Hydro massage, Bathtubs, Microenterprise, Installation.

Introducción

La limpieza es una de las principales actividades que los seres humanos tenemos que hacer en nuestra cotidianidad, es un elemento importante al igual que comer o dormir, una buena higiene siempre da signos de una excelente salud y vitalidad, por lo que conseguirla es de carácter imperativo, es así que tal producto como las tinas de baño, siempre tendrán que merecer una calidad óptima ya sea por sus materiales, o por su implementación, ya que, son estas las que proveen un confort y utilidad, para el aseo personal de quien las utiliza, por lo tanto, se tiene que ser selecto a la hora de comprar o elegir uno de estos productos de higiene.

En este sentido las tinas de baño no son exentas de otro tipo de usos, por ejemplo, existen los hidromasajes, cuya función no solo se limite a la proyección de relajamiento y ocio, que muchas veces es mal vista por el público. Posee diferentes aplicaciones que van desde practicas fisioterapéuticas hasta convivios sociales, todo esto aprovechando la ingeniería que tienen los diseños variados de hidromasajes, mezclados con su tecnología. Por otro lado también se puede agregar a esto, las experiencias sociales que se obtiene mediante el disfrute colectivo que pueden obtener de las piscinas, las cuales también van relacionadas a los productos ya mencionados, demostrando su importancia en uso y creación.

Es por eso, que el siguiente trabajo de investigación nace de la necesidad de crear un modelo de negocios Canva que sustente la importancia de las tinas de baño e hidromasajes, para la creación de la microempresa Hidroteam JF la cual proporcionara servicio de instalación e implementación de equipos de baño, siendo referido a todo lo relacionado con tinas, hidromasajes y piscinas. A hora el proyecto tomará partido dentro de la ciudad de Quito, Ecuador dentro del sector de Puengasi, tomando como pilar los diferentes elementos del modelo ya antes mencionado.

Tema

Modelo de Negocios Canva para la creación de “Hidroteam JF” sector Puengasi.

Planteamiento de problema

Los centros recreacionales acuáticos, centros de recuperación y grandes complejos turísticos siempre han gozado de buena distinción, ya sea por sus increíbles instalaciones o excelentes servicios, pero sin duda, uno de sus grandes aciertos ha sido la implementación de áreas acuáticas para el disfrute del público, para el cual se está dirigido en primer lugar, con esto en mente se demuestra que ciertos productos e instalaciones comprenden una gran cantidad de clientes.

Pues solo en Latinoamérica, se ha evidenciado que a inicios de los años 60 por parte de entes como la organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE), los países latinos presentan un potencial en lo que respecta a turismo, ya sea por sus exuberantes locaciones, así como su rica cultura, estos países como pocos tienen la capacidad de incrementar sus recursos económicos, explotando sus respectivas actividades turísticas, entonces aquellos centros recreacionales, que posean instalaciones acuáticas serían beneficiados, por la fuerte demanda que estos exigen, resaltando así una gran ventaja con la competencia.

Centrándose en el Ecuador al ser territorio pluricultural, arraigado siempre a sus tradiciones, ha hecho fama de presentar paisajes exorbitantes acompañados de la mejor atención hospitalaria, con todo esto, sus centros de instalaciones acuáticas muchas veces se encajonan en cierta monotonía y hasta cierto punto pecan de una implementación sosa, la cual lleva a la necesidad de crear negocios en los que se pueda vender productos de buena calidad y sobre todo su implementación sea apropiada y óptima para el disfrute de los clientes, quienes poseerán no solo tinas de baño e hidromasajes, sino también gozarán de un servicio de implementación e instalación de primera.

Por lo tanto, se necesita responder una pregunta, pues ¿La ausencia de un negocio comercializador de productos como tinas de baño hidromasajes o piscinas en el sector de Puengasi da lugar a la generación de un negocio que atienda esta demanda insatisfecha?, porque, el medio donde se adquieren principalmente estos productos siempre son dirigidos por empresas

enfocadas al macro entorno que es Latinoamérica, ni siquiera, a Ecuador como país, en este sentido, la aglomeración de multinacionales que se dedican a la venta de hidromasajes y a la creación de piscinas han monopolizado este tipo de producto, lo han condicionado solo para cierto público y por lo tanto se necesita crear una alternativa de oferta en el mercado para la facilidad de compra de estos mismos y ser beneficiados con la implementación de hidromasajes en sus hogares o centros médicos especializados en fisioterapia, así como centros recreacionales.

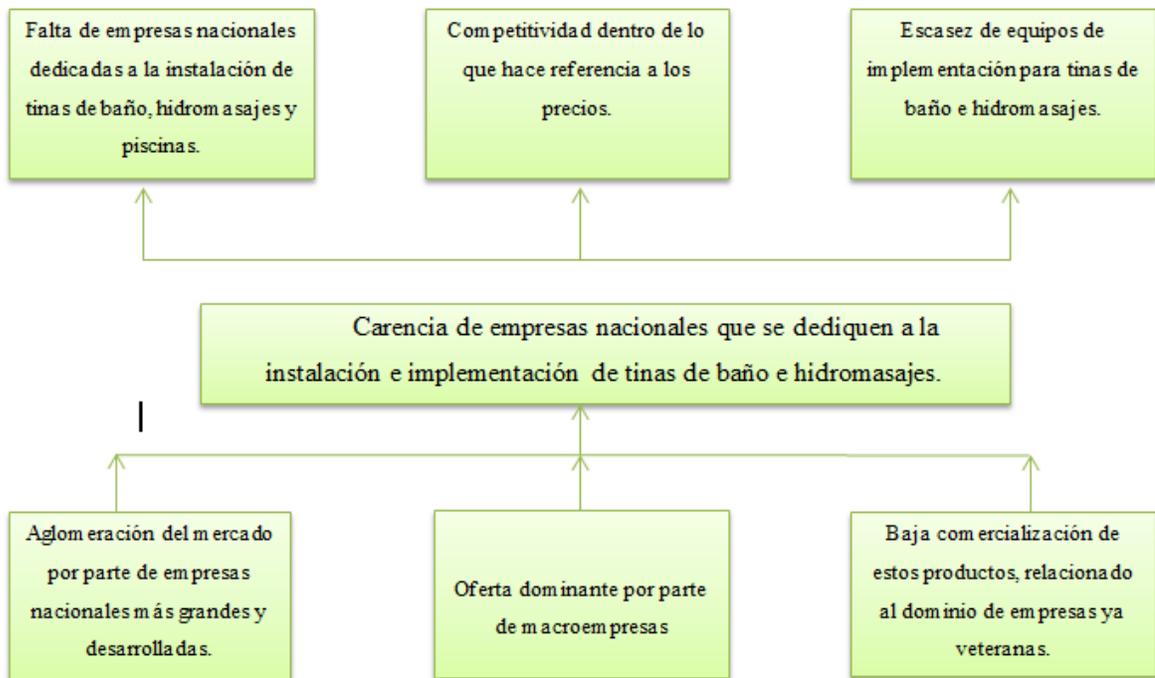
Formulación del problema.

¿La ausencia de un negocio comercializador de productos como tinas de baño hidromasajes o piscinas en el sector de Puengasi da lugar a la generación de un negocio que atienda esta demanda insatisfecha?

Árbol de Problemas.

Figura 1.

Grafica de árbol de problemas.



Nota. Elaboración propia.

Idea a defender

La base para sustentar el modelo de negocios Canva, tomara como principio la búsqueda de información, así como la compilación de experiencia previa del mercado para tomar en cuenta la creación de la microempresa Hidroteam JF, así mismo se seguirá con todo el proceso metodológico y de acción, la finalidad será crear una alternativa viable para la venta y la instalación de tinas de baño, hidromasajes, piscinas y sus debidos equipos y por ende posicionarse como una empresa dentro del área, acabados de la construcción.

Justificación

Se registrará bajo el modelo Canvas, cuyo propósito para este trabajo, será el de estructura y concretar un modelo de negocios sustentables cuyo objetivo afirme cierto potencial en agregar valor a la futura microempresa “Hidroteam JF”, dicho esto, el proyecto se sustentará también de la investigación y formato metodológico, cumpliendo así una serie de pasos que demuestren la importancia de abrir ofertas favorables para la adquisición de tinas de baño e hidromasajes.

La intención de este proyecto, también trata de exponer al público, que piscinas e hidromasajes, pueden ser adquiridos de manera más fácil y accesibles para su bolsillo, por otra parte, los diferentes usos que estos tienen ayudan en la dinámica del mercado pues su valor fisioterapéutico, así como social, ayudan para captar la atención de futuros clientes.

En cuanto a la competencia, se plantea el mismo problema ¿Qué hace de diferente esta empresa de las demás?, pues, potenciado así la idea de la creación de Hidroteam JF, buscar esa falta de distinción será el parteaguas para la realización del trabajo presente. Dentro de este apartado se pueden detectar ciertas oportunidades que se deben alcanzar ya sean, la baja competencia o el acaparamiento de empresas más grandes, se tendrá que crear un nicho dentro de este mercado.

Finalmente, dentro de los parámetros que podrían interferir en la realización de este trabajo, tenemos como principal factor, la falta de personal adecuadamente capacitado para la instalación e implementación de los productos, además de no contar con un sistema de financiamiento para la creación de este, podrían ser un limitante.

Objetivo

Objetivo General.

Proponer el uso del modelo de negocios Canva, para la creación de la microempresa Hidroteam JF dentro del sector de Puengasi, mediante la recolección de información primaria y secundaria de referentes bibliográficos para identificación de las necesidades del mercado y establecerse dentro del mismo de forma viable.

Objetivos Específicos.

- Fundamentar teóricamente, la inserción del modelo de negocios Canva para la creación de la microempresa Hidroteam JF, mediante fuentes de información primaria y secundaria.
- Diagnosticar la situación actual de mercado para la implementación del modelo de negocios Canva en la creación de la microempresa Hidroteam JF, mediante la aplicación de diferentes herramientas de recopilación de datos.
- Formular una propuesta que funcione para la creación de la microempresa Hidroteam JF en el sector de Puengasi, mediante el uso de modelo Canvas.

Líneas y sub líneas de investigación

Tabla 1.

Líneas y sub líneas de investigación.

Tema de Investigación	Modelo de Negocios Canvas para la creación de “Hidroteam JF”
Línea de Investigación	Sector Puengasi.
Sub línea de Investigación	Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y Solidario.
Sub línea de Investigación	Promoción de iniciativas de la economía popular y solidaria, Micros empresas, talleres artesanales y pequeñas empresas.

Nota: Información Recopilada en el ITSHCPP

Tabla 2.

Eje de formación.

	MATERIAS INTEGRADORA	RESULTADOS DE APRENDIZAJES
Eje de formación .	Metodología de la investigación y desarrollo de emprendimiento.	Analiza la utilidad del manejo de fuentes de información. Desarrolla la capacidad de análisis y síntesis para el tratamiento del conocimiento científico y aplica al a solución de un problemade investigación en el campo de la Administración. Está en la capacidad de aplicar los conocimientos para la creación y gestión de laproducción en empresas pequeñas y de economía popular y solidaria. Puede desarrollar sistemas de producción de bienes o generación de servicios.
	Métodos de producción para economía popular y solidaria y talleres artesanales.	Entiende la importancia de los presupuestos como reflejo cuantitativo de losobjetivos y herramienta de evaluación del actuar empresarial, así como técnica de planeación financiera.
	Administraciónde Presupuestos.	Planea las actividades de la empresa de acuerdo a los objetivos propuestos, a través de la recolección de información financiera dependiendo del tipo de empresa.

Marketing para emprendedores.	<p>Elabora y aplica los elementos del marketing que se diseñan en los emprendimientos con el fin de proyectar una gestión de excelencia en la pyme. Aplica de manera práctica las estrategias genéricas y alternativas a fin de generar alternativas de competitividad en el mercado a cualquier tipo de organismo Económico –social.</p>
Gestión de la Calidad.	<p>Analiza, identifica y comprende problemas administrativos de manufactura y servicios locales para realizar investigaciones de nivel exploratorio, con enfoque prospectivo para el uso adecuado de métodos que conserven el ecosistema, a fin de promover el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y</p>
Finanzas Corporativas.	<p>Economía Popular y Solidaria. Aplica técnicas de análisis financiero y planeación para comprender la situación financiera actual de la organización y proyectarla a futuro de acuerdo a la capacidad y estructura. Calcula la viabilidad y rentabilidad de inversiones, mediante la valoración de diferentes indicadores que administran el riesgo y el rendimiento</p>

Nota: Información Recopilada de ISTHCPP.

CAPITULO I: FUNDAMENTACIÓN TEORICA

Modelo Canvas

Concepto

El modelo de negocios Canvas, es considerado una herramienta cuyo objetivo principal es la recopilación de análisis de ideas de negocio. Según una nueva investigación, es una herramienta de gestión estratégica que te permite conocer los aspectos claves de tu negocio: como se relacionan y compensan entre sí. Hace visible la infraestructura, la oferta, los clientes y la situación financiera de tu organización para que logres reconocer las deficiencias y analices el rendimiento. (Clavijo, 2023).

Acerca del modelo Canvas, su uso en práctica detalla la dirección la cual el negocio va a efectuarse, según palabras de Alexander Osterwalder “un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (Osterwalder y Pigneur, 2010). Podemos entonces describir este modelo como uno en función del direccionamiento y posicionamiento empresarial a través del análisis de investigación.

Creador

Según la información plasmada Alexander Osterwalder nació en St. Gallen, una ciudad en el oeste de Suiza, en 1974. A la edad de 25 años, cofundó su primer startup, Netfinance.ch, enfocada en la educación financiera, es decir, enseñar a las personas cómo administrar sus recursos de manera eficaz. Un año después, completó su maestría en Ciencias Políticas de la Universidad de Lausana. Y en 2004 se doctoró en Sistema de información Gerencial en la misma institución. Su tesis doctoral, titulada “La ontología del modelo de negocio- una propuesta en un enfoque de ciencia del diseño”, fue supervisada por el profesor Yves Pigneur. (Businnes Tup & Businnes Tup [Businnes Tup], 2021) gracias a él se pudo realizar un compendio acerca de la estructura para realizar un negocio, y proporcionar ideas para hacerlo funcionar. Su modelo hasta el día de hoy es vigente y ha sido utilizado para la creación de miles de emprendimientos y negocios.

Importancia del modelo Canvas.

De acuerdo con Herrera el modelo Canvas fue creado con el fin de establecer una relación lógica entre cada uno de los componentes de la organización y todos los factores que influyen para que tenga o no éxito. A través de un “lienzo” se detallan desde la idea de negocios, hasta los diferentes factores que influirán en ella al momento de ponerla en marcha (2015). Se plantea entonces que sus beneficios son formativos en cuanto a su creación y su plus radica en la innovación que se obtiene de ella.

Lienzo de modelo de negocios.

Canvas es un modelo de identificación, su función muestra espectros del plan de negocios y así como lo indica Herrera “Canvas es un lienzo que permite la rápida evaluación de una idea.” (Herrera, 2015). En este aspecto el lienzo denominado, plantea 9 áreas que se tienen que tomar en cuenta, lo que permite su integración es la visión estratégica que se obtiene al unir todos estos segmentos.

Osterwalder y Pigneur (2010) proponen este concepto que permite descubrir el modelo Canvas de tu empresa y el de la competencia u otras empresas ajenas a la tuya, este concepto se ha aplicado y probado a nivel internacional, y empresas como IBM, Ericsson y Deloitte o el Ministerio de Obras Públicas y Servicios Gubernamentales de Canadá ya lo han utilizado.

Figura 2.

Segmentos del modelo Canvas.



Nota: Imagen de segmentos del modelo Canvas. Obtenido de:

<https://www.acavir.com/modelo>

Segmento del modelo Canvas

A continuación se irán enlistando los 9 segmentos que posee el modelo de negocios Canva, para la creación del análisis de la empresa:

Segmento del mercado

En este segmento, nosotros podemos identificar la porción del mercado al cual se está direccionando nuestro producto o servicio, nuestro tipo de cliente y sobretodo nos hace reaccionar a cierto nicho en el mercado, este nos ayuda a comprender y determinar de cierta manera los comportamientos y actitudes de los consumidores, haciéndonos entender cómo funciona la estructura del mercado (Mise, 2023).

Siguiendo con la teoría su objetivo “es de agrupar a los clientes con características homogéneas en segmentos definidos y describir sus necesidades, averiguar información geográfica y demográfica, gustos, etc.” (Osterwalder, 2011 como se citó en Vargas, s. f.)

Propuesta de valor

Relacionada a la construcción de valor para un producto o servicio, se considera una herramienta de definición, pues con ella se tendrá plenos conocimientos que influyan en la creación de valor para la atracción de los clientes. (Pendino, 2023)

Osterwalder & Pigneur hacen énfasis en que “las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado. En este sentido, la propuesta de valor constituye una serie de ventajas que una empresa ofrece a los clientes.” (Osterwalder & Pigneur, 2011)

Canales

Los canales son los medios por los cuales vas a presentar tu empresa y no solo eso, también tu propuesta de valor a los potenciales clientes, el contacto va a ser el principal objetivo de este segmento, se necesita dar a conocer al público lo que ofreces, teniendo en cuenta esto,

Las empresas, para entrar en contacto con los clientes, pueden utilizar sus propios canales, los canales de socios comerciales o ambos. Los canales propios pueden ser directos – como un equipo comercial interno o un sitio web– o indirecto –como una tienda propia o gestionada por la empresa–. Los canales de socios son indirectos y abarcan un gran abanico de opciones como, por ejemplo, la distribución al por mayor, la venta al por menor o sitios web de socios. Los canales de socios reportan menos márgenes de beneficios, pero permiten a las empresas aumentar su ámbito de actuación y aprovechar los puntos fuertes de cada uno de ellos. (Osterwalder & Pigneur, 2011)

Relación con los clientes

Frente al mercado, se necesita siempre de una relación estable y continua, lo que se sitúa dentro de este aspecto, es la caracterización que se tiene en determinados segmentos, según Zambrano “La relación con el cliente Canvas define **cómo vas a atraer, preservar e incrementar tu cartera de clientes**. El vínculo con los clientes se fundamenta sobre un canal específico” (Zambrano, 2022). Llegando a la fidelización de estos y captando la atención de nuevos.

Fuentes de ingreso

Para que funcione una empresa se necesitan de ingresos y dentro del plan de negocios del modelo Canvas este apartado es necesario, Herrera indica que “Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas. Se deben determinar las fuentes de ingresos, tanto operacionales, como no operacionales.” (Herrera, 2015).

En este sentido se tiene que poner en consideración al cliente, este pasa a formar parte de nuestro plan para generar negocios, haciéndonos preguntas como ¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué pagan actualmente? ¿Cómo pagan actualmente? ¿Cómo les gustaría pagar? Nosotros podemos identificar nuestras futuras fuentes de ingresos. (Osterwalder & Pigneur, 2011)

Recursos Claves

Los recursos que se contrastan en este segmento pueden ser físicos, intelectuales o humanos, financieros, tienen importancia dentro de la empresa y permiten diferenciarlos de la competencia

Otros autores han afirmado lo siguiente:

Todos los modelos de negocio requieren recursos clave que permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos. Cada modelo de negocio requiere recursos clave diferentes. Un fabricante de microchips necesita instalaciones de producción con un capital elevado, mientras que un diseñador de microchips depende más de los recursos humanos. Los recursos clave pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos. Además, la empresa puede tenerlos en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios clave. (Osterwalder & Pigneur, 2011)

Actividades clave

Son todas las operaciones que la empresa efectúa y sin ellas se pierde el factor prioritario para la creación o desarrollo del emprendimiento, también forman parte del éxito de la empresa por lo que es muy importante su adicción.

Ahora se puede evidenciar que:

Estas actividades son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito, y al igual que los recursos clave, son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos. Además, las actividades también varían en función del modelo de negocio. (Osterwalder & Pigneur, 2011)

Asociaciones clave

Las asociaciones son parte fundamental de la empresa en cuanto a relaciones se refiere, por lo que se puede “establecer acuerdos de colaboración con terceros para compartir experiencias, costes y recursos (socios estratégicos, socios con mayor proyección, socios inversores, etc.)” (Vargas, s. f.)

Estructura de costes

La estructura de costes es el plan de administrar los costos que la empresa puede poseer ya sea dentro de proceso de producción, pagos a proveedores, personal, mercadotecnia, etc.

Es importante realizar los costes de una empresa para asegurar su estabilidad económica, según Riera (2002 como se citó en Vargas, s. f.) Un aspecto que define el modelo de negocio es el cuestionamiento de cuánto cobra la empresa. Lo que se gana de los clientes que compran en sus tiendas es lo que se tiene en el bolsillo hasta el tiempo en que se les paga a los proveedores.

Acabados de la construcción

Concepto

Se conoce como acabados de la construcción, revestimientos o recubrimiento a todos aquellos materiales que se colocan sobre una superficie de obra gris. En pocas palabras son los materiales que se colocan sobre pisos, muros, plafones, azoteas, obras exteriores o en huecos y vanos de una construcción, con el objetivo de proteger o impermeabilizar dichos elementos a la vez que cumplen una función estética (*Acabados de Construcción – Diseño de Interiores Quito – Skedia – Diseño de consultorios, s. f.*)

Tipos de acabados

Dentro de los tipos de acabados nosotros encontramos diferentes estilos, pues los hay elegantes, sencillos, rústicos, coloridos, brillantes, lisos, rugosos, estos a su vez dependen de los materiales con los cuales son diseñados, ya sean barro y cemento (tejas), mármol y cuarzo (incrustaciones), piedra artificial (acabado rústico), pastas acrílicas (texturizados), cerámicas, pinturas de diferentes colores. (*Acabados de Construcción – Diseño de Interiores Quito – Skedia – Diseño de consultorios, s. f.*)

Acabados cerámicos

Este tipo de acabados son revestimientos con el material de la cerámica dentro de superficies, obras grises, pisos, muros etc.

Este tipo de acabados son importantes:

“En opinión de esta experta, el concepto decorativo de cualquier espacio debe desarrollarse de forma coherente con el lenguaje interior y exterior del proyecto”, esto es, tener en cuenta siempre el uso y estilo de vida de quienes serán los usuarios, así como el ambiente que rodea el espacio. Es de esa forma como se consiguen lugares confortables que provoquen sensaciones agradables y mejoren la calidad de vida de las personas”, explica.

Uno de los acabados más versátiles y que ha evolucionado más en los años recientes es precisamente, la cerámica. Hoy en día, gracias a los adelantos tecnológicos de los que disponen las fábricas, existen varias influencias en la decoración de la cerámica que les confieren propiedades estéticas sorprendentes, como, por ejemplo, 28 diseños texturizados que homologan acabados orgánicos y muy naturales, como el de las piedras, las maderas y los metales”, confirma Ramos.” (Ramos como se citó en Fierros, 2015)

Piscinas

Origen etimológico

Término utilizado en la antigüedad en latín

piscīna, que a su vez deriva de *piscis*, que significa ‘pez’. Se llamaba así porque designaba los pozos para peces de aguas dulces o saladas. En la grafía actual de la palabra persiste la etimología original del latín *piscīna*, de allí que *piscina* sea un barbarismo. (Coelho, 2016)

Historia

Este tipo de arquitectura ha existido durante siglos, la primera piscina fue creada hace:

Más de 5000 años en el asentamiento de la ciudad pakistaní de Mohenjo-daro. El tanque en sí mismo mide aproximadamente 12 metros de norte a sur y 7 metros de ancho, con una profundidad máxima de 2,4 metros. Dos anchas escaleras conducen al tanque desde el norte y el sur y se cree que los pequeños enchufes en los bordes de las escaleras tenían tabloncillos de madera o escalones. La mayoría de los estudiosos coinciden en que este depósito se habría utilizado para funciones religiosas especiales en las que el agua se usaba para purificar y renovar el bienestar de los bañistas. (*Historia de las piscinas*, 2020)

Figura 3.

La primera piscina registrada.



Nota: Foto acerca de una de las primeras piscinas registradas. Extraído de:
<https://robotspiscina.es/historia-piscinas/>

En Grecia también se implementaron las primeras piscinas:

En los siglos VI a VIII a.C., los antiguos griegos tenían «Palastras» que eran esencialmente un área de cancha abierta entre columnas y habitaciones donde se podía venir a luchar, boxear, jugar a juegos de pelota y otros ejercicios varios. Pero lo más importante, había piscinas para nadar, bañarse y socializar. Las piscinas en esta época también fueron utilizadas por los militares griegos y romanos para entrenar físicamente para la guerra. El gran filósofo griego Platón sentía que cada niño necesitaba aprender a nadar como parte de una educación adecuada junto con las matemáticas, la escritura, la astronomía, etc. Y, de hecho, era una educación estándar enseñar a los niños a nadar en piscinas que se remontaban al 400 a.C. (*Historia de las piscinas*, 2020)

Evolución de las piscinas

Las piscinas durante el pasar del tiempo han ido evolucionando hasta ser lo que son ahora, han sufrido ciertos cambios, se han implementado nuevas tecnologías y formas, es así que:

Las piscinas tienen una larga historia en las culturas de Grecia, Roma, Asiria y Egipto que se remonta al 2500 a.C. Su popularidad en la era moderna despegó en el siglo XIX con los clubes de natación, y siguió creciendo con el inicio de las Olimpiadas modernas en 1896, que incluyeron competiciones de natación.

Las piscinas se generalizaron en América después de la Segunda Guerra Mundial, y con el advenimiento de las películas de Hollywood, se convirtieron en un símbolo de estatus. Las piscinas evolucionaron como una compra viable para el consumidor a medida que más y más gente comenzó a darse cuenta de que parte del sueño americano era poder tomar unas vacaciones en su propia piscina. (*Historia de las piscinas*, 2020)

Hidromasajes

Concepto

Según Rueda el hidromasaje es “una tina que proporciona agua caliente con intensidades de chorros, sistema de iluminación para terapia del dolor, inducción de fragancias y utilizándose tanto en interior o a la intemperie.” (Rueda, 2022)

Características

Los hidromasajes poseen cualidades únicas, dentro del ámbito fisioterapéutico han demostrado cierta utilidad, en especial si hablamos de hidroterapia, la cual:

Ayuda en problemas musculares, óseos, regeneración celular de la piel, mejora de vías respiratorias, estimulación sanguínea, tratamiento de la celulitis y reducción de la ansiedad u otros problemas psicológicos. Asimismo, ayuda a la cicatrización, conciliación del sueño, alivia las dolencias a nivel general, fortalece los músculos, flexibilidad articulaciones, efecto calmante y antiinflamatorio. (Rueda, 2022)

Figura 4.

Hidromasaje Octogonal.



Nota: Fuente Propia.

Tinas de baño

Concepto

Piezas o recipientes cuya función es la de llenarse de agua para proceder con el baño, hechas a base de mármol, PRFV, porcelana o loza. Un concepto más específico sería “recipiente que sirve para bañarse.” (Diccionarqui, 2016)

Instalación

Concepto

La palabra instalación hace referencia a:

Hace referencia a una estructura que puede variar en tamaño y que es dispuesta de manera particular para cumplir un objetivo específico. Siempre que se hable de instalación se está haciendo referencia a elementos artificiales y no naturales, creados y dispuestos de tal manera por el hombre. Normalmente, la palabra instalación nos recuerda a elementos que son instalados para funcionar posteriormente de una manera particular, así como también a las instalaciones artísticas, un modo novedoso de exponer obras de arte tridimensionales.

El término instalación se relaciona con el acto de instalar, que supone colocar, arreglar o disponer determinados elementos para que funcionen o que cumplan ciertos objetivos.

(Definición de Instalación, s. f.)

Marco conceptual

Modelo

Representa un conjunto real de pasos que se tienen que seguir para llegar a un fin.
(*CAPITULO 1 - MODELOS Y SU USO*, s. f.)

Segmento

Parte de una recta, también se pueda observar como una población específica que tiene un inicio o un final. (Westreicher, 2022)

Recurso

Es un medio el cual empleamos para cumplir con un fin requerido, es así que se emplea de forma oportuna. (Westreicher, 2022)

Vínculo

Nos vamos a referir con la palabra vínculo, a la relación o unión de una persona o cosa con la otra. (*Definición de vínculo - Definicion.de*, s. f.)

Lienzo

Es aquella obra en la cual el artista plasma sus ideas o su arte dentro de ella (*Definición de lienzo - Definicion.de*, s. f.)

Obra gris

Hace referencia a la etapa de una construcción donde aún está terminada la obra, pero se va proyectando como va a terminar. (Palencia, 2023)

Hidroterapia

Se trata de un tipo de terapia que utiliza como media el agua para tratar malestares físicos, como dolor en articulaciones y dolores referentes al movimiento corporal. (Giné, 2020)

PRFV

Se hará referencia en este trabajo a las siglas FRFV como poliéster reforzado de Fibra de vidrio, este consta de filamentos de vidrio reforzado con plástico y en ocasiones con hebras de cerámica. (*Fibra de Vidrio Que es, Usos, Fabricación, Telas, Mallas y Cables OPTicos*, s. f.

Marco Legal

El presente trabajo se regirá a través de la Constitución de la República del Ecuador, Código De Trabajo Ley De Seguridad Social, Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social, Ley orgánica De Emprendimiento e Innovación y en la Norma Ecuatoriana de Construcción.

Constitución de la República del Ecuador

Sección Octava Trabajo y Seguridad Social

“Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.” Constitución de la república del Ecuador [Const]. Art.33.2008 (Ecuador)

“Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.” Constitución de la república del Ecuador [Const]. Art.34.2008 (Ecuador)

“Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

Numeral 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, Conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.” Constitución de la república del Ecuador [Const]. Art.66.2008 (Ecuador)

Ley orgánica De Emprendimiento e Innovación

Art. 5.- Obligaciones del Estado. - Son obligaciones del Estado para garantizar el desarrollo del emprendimiento y la innovación, las siguientes:

1. Apoyar al emprendimiento mediante políticas públicas apropiadas, que permitan crear un ecosistema favorable; Página 5 de 49

2. Simplificar trámites para la creación, operación y cierre de empresas, en todos los niveles de gobierno; y,

3. Asignar los recursos necesarios para implementar las políticas públicas que se emitan en aplicación de esta Ley.

Código De Trabajo Ley De Seguridad Social

Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social

Ley de Seguridad Social

“Art. 1.- PRINCIPIOS RECTORES. - El Seguro General Obligatorio forma parte del sistema nacional de seguridad social y, como tal, su organización y funcionamiento se fundamentan en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia.” (Ley de seguridad social, Constitución de la república del Ecuador, 2008, Artículo 1).

“Art. 2.- SUJETOS DE PROTECCION. - Son sujetos "obligados a solicitar la protección" del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular:

- El trabajador en relación de dependencia;
- El trabajador autónomo;
- El profesional en libre ejercicio;
- El administrador o patrono de un negocio;
- El dueño de una empresa unipersonal;
- El menor trabajador independiente; y, los demás asegurados

obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

Son sujetos obligados a solicitar la protección del régimen especial del Seguro Social Campesino, los trabajadores que se dedican a la pesca artesanal y el habitante rural que labora "habitualmente" en el campo, por cuenta propia o de la comunidad a la que pertenece, que no recibe remuneraciones de un empleador público o privado y tampoco contrata a personas extrañas a la comunidad o a terceros para que realicen actividades económicas bajo su dependencia.” (Ley de seguridad social, Constitución de la república del Ecuador, 2008, Artículo 2).

“Art. 3.- RIESGOS CUBIERTOS. - El Seguro General Obligatorio protegerá a sus afiliados obligados contra las contingencias que afecten su capacidad de trabajo y la obtención de un ingreso acorde con su actividad habitual, en casos de:

- Enfermedad;
- Maternidad;
- Riesgos del trabajo;
- Vejez, muerte, e invalidez, que incluye discapacidad; y,
- Cesantía.

El Seguro Social Campesino ofrecerá prestaciones de salud y, que incluye maternidad, a sus afiliados, y protegerá al jefe de familia contra las contingencias de vejez, muerte, e invalidez, que incluye discapacidad.

Para los efectos del Seguro General Obligatorio, la protección contra la contingencia de discapacidad se cumplirá a través del seguro de invalidez.” (Ley de seguridad social, Constitución de la república del Ecuador, 2008, Artículo 3).

CAPITULO II: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

El presente trabajo de investigación se rige bajo el método cuantitativo, esto debido a la recolección de datos que se necesita para seguir adelante en el proyecto, a su vez, el método seleccionado permite evaluar de cierta forma los datos recopilados, fundamentándolos y dándoles sentido, pues sus cifras tendrán el objetivo de ser exactas. Se procederá en la ejecución del método científico, esto se da porque se hará un análisis de campo en el sector Valle de los Chillos en Quito, pues da la razón, que para la investigación descriptiva la información es crucial, por lo tanto, la ubicación y el entorno en donde se va a efectuar es importante, finalmente utilizando todos estos elementos e información se procederá a resolver el problema planteado anteriormente, realizando un análisis mediante la herramienta del cuestionario.

Diseño de investigación

Enfoque Cuántico

El enfoque que se va a implementar es el cuantitativo, por lo que es vital resaltar su importancia y características “por lo tanto, se puede decir que su enfoque se caracteriza por ser analista y estadístico, la obtención de respuestas mediante análisis de causa-efecto será el principal objetivo de este enfoque, también se puede decir que su investigación también se la puede presentar de forma empírica” (Canive, 2020)

Método Científico

En este apartado se hablará del método científico, “este es riguroso en cuanto a la técnica y ordenanza que tiene para seguir pasos o procesos para la realización de un proyecto. A través de este se pueden crear teorías o diferentes estudios de estas, esta disciplina tiene la función de analizar diferentes métodos de investigación, dentro de los ejemplos que podemos evidenciar estaría el lógico-deductivo y también el analítico, comparativo. El objetivo que tiene este método es el de crear un criterio formado a través de la metodología científica” (Equipo editorial, Etecé, 2023)

Investigación de campo o diseño de campo

“Esta consiste en la recopilación de datos directamente obtenidos de los investigados, o también de la realidad donde se originan estos hechos, esto sin adulterar el material obtenido, en otras palabras, el investigador obtiene la fuente de información y no cambio sus condiciones existentes. También para este apartado se obtienen fuentes secundarias sacadas de fuentes bibliográficas que secunden a las primarias de forma sustancial, este tipo de investigación se puede realizar de forma exploratoria, descriptiva y explicativa.” (Arias, 2012) En base a esto se dará la investigación de campo de nuestro proyecto.

Investigación descriptiva

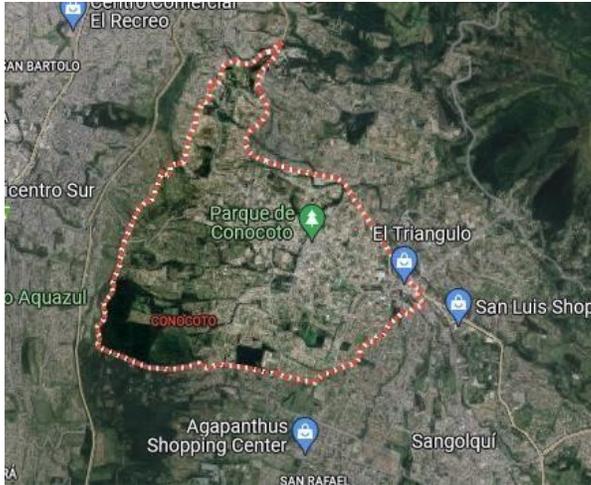
“Este tipo de investigación busca describir de forma precisa el evento de estudio en cuestión, este se asocia con lo diagnóstico pues su objetivo es la exponer el análisis del evento en sí, esa es su función redactar de forma basta y llena las características de este, en consecuencia, los resultados obtenidos se diferencia en niveles de análisis elemental si es el caso, el cual clasifica características comunes dentro del aspecto a tratar y también se divide en un nivel de compendio sofisticado en el cual ponen en relación los elementos observados en un cuadro aún más descriptivo”. (Jacqueline, 2012)

Unidad de análisis

Este trabajo de investigación realizara la unidad de análisis en base al sector del Valle de los Chillos especificando la parroquia de Conocoto, esto debido a que el local donde se efectuara la futura empresa está ubicado estratégicamente en el sector de Puengasi, siendo más específicos está ubicado en alma lojana en el antiguo peaje en la calle principal Autopista General Rumiñahui, siendo este el principal camino que lleve hacia el valle. Teniendo una población de 252.660 y una población económicamente activa de 120.000 en el Valle de los Chillos y la parroquia de Conocoto contando con una población económicamente activa de 82.072, con un nivel de vida de clase media alta de 59091.94 y siendo uno de los sectores con más amplitud urbana este será el foco del estudio de investigación.

Figura 5.

Ubicación geográfica de la parroquia de Conocoto.

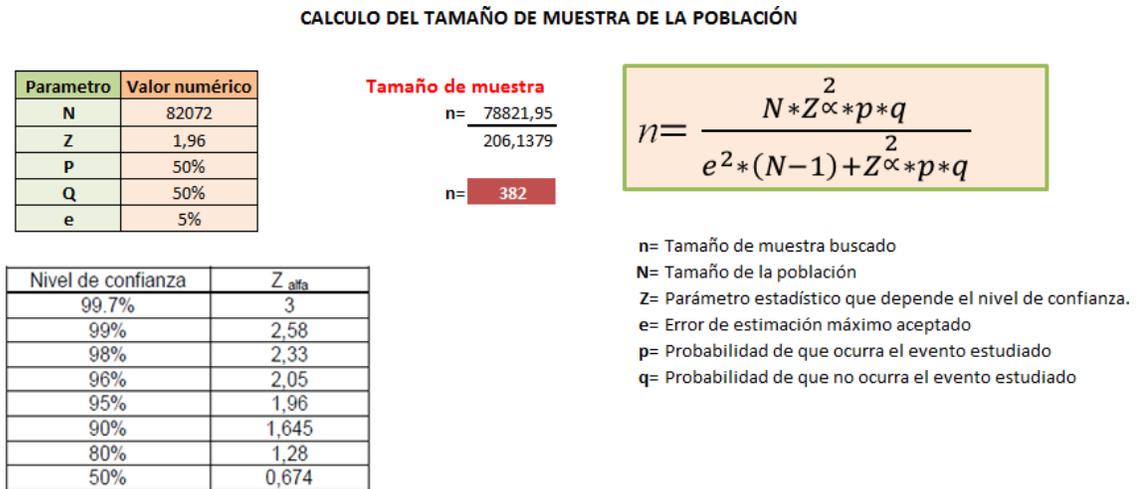


Nota: Ubicación geográfica de la parroquia Conocoto. Obtenido de la aplicación google Maps.

Para la obtención de la muestra se utilizó como población a la parroquia de Conocoto, cuya población se encasilla al tipo de cliente que se espera para la microempresa Hidroteam JF, pues su estatus social indica que son de clase media alta y resultan aptos para el estudio en sí, con un nivel de confianza administrado de 95% y un margen de error del 5% se procederá con el cálculo de muestra dentro de la plataforma de Excel. Una vez ya calculado el tamaño de la muestra se indicó que para la parroquia de Conocoto se tiene que encuestar a 382 personas.

Figura 6.

Evidencia del cálculo de muestra.



Nota: Cálculo realizado dentro de la aplicación de Excel para el tamaño de muestra.

Fuente propia.

Técnicas de investigación

Encuesta

Dada la naturaleza de la investigación y de la muestra de la población se tomará como ejercicio a la encuesta como medio al cual realizar este trabajo. “Esta es una técnica de recopilación de datos, pretende obtener información mediante una muestra de un segmento de la población, con el objetivo de atraerles mediante un sujeto o idea en común” (Arias, 2012)

Cuestionario

“Es la modalidad de una encuesta que se realiza en un medio diverso de comunicación, este contiene una serie de preguntas relacionado con el tema que va a tratar un proyecto de investigación, este se denomina auto administrado por que el encuestado debe llenarlo.” (Arias, 2012)

Análisis de Resultados

Los análisis que se pondrán a disposición fueron tomados a partir de la tabulación de resultados de la encuesta, la cual se realizó mediante la aplicación de google forms y también de forma presencial, con esto se realizara la interpretación de los datos obtenidos.

Población según su género

Tabla 3.

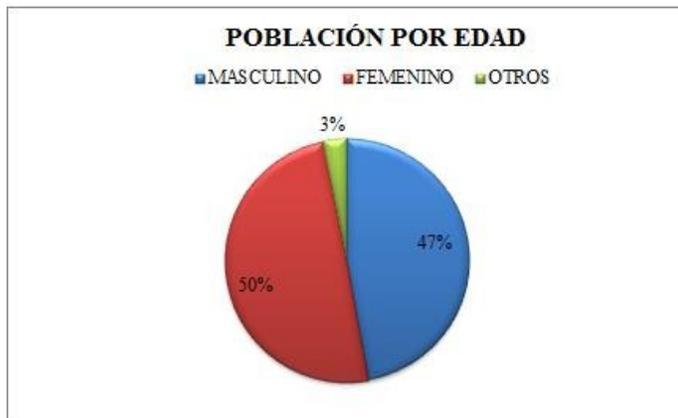
Número de personas según su género

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	180	47%
FEMENINO	190	50%
OTROS	12	3%
TOTAL	382	100%

Nota. Elaboración propia.

Figura 7.

Ilustración en porcentaje del género de los encuestados.



Nota: Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Análisis

Según los datos revelados existe una mayoría en cuanto al género femenino se refiere, con un 50% de encuestadas, se puede entender que existe una gran cantidad de mujeres dentro de la parroquia de Conocoto, teniendo como segundo porcentaje más alto al género masculino y con un escaso porcentaje de personas que no se identifican con estos dos.

¿Cuál es tu edad?

Tabla 4.

Edades de las personas encuestadas.

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
25 AÑOS A 34 AÑOS	162	42%
35 AÑOS A 44 AÑOS	97	25%
45 AÑOS A 54 AÑOS	94	25%
MÁS DE 54 AÑOS	29	8%
TOTAL	382	100%

Nota. Elaboración propia.

Figura 8.

Ilustración que representa en porcentajes las edades de los encuestados.



Nota: Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Interpretación

En esta interpretación podemos deducir que existe una mayor cantidad de adultos jóvenes dentro de Conocoto, lo cual hace pensar que son gente que apenas está adquiriendo propiedades en este sector, por lo cual serán más propensos en necesitar de estos productos, también podemos decir que existe una relación mixta dentro de la población adulta y adulta que se está acercando a la tercera edad.

¿Cuál es su nivel de ingresos promedio?

Tabla 5.

Ilustración acerca del nivel de ingresos

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
800\$ A 1200\$	215	56%
1200\$ A 2000\$	106	28%
MAS DE 2000\$	61	16%
TOTAL	382	100%

Nota. Elaboración Propia.

Figura 9.

Nivel de ingresos de las personas encuestadas.



Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Interpretación

Para los niveles de ingreso existe una diferencia grande del 56% entre los salarios propuestos, ganando por mayoría las personas cuyo ingreso promedio ronda entre los 800 a 1200 dólares al mes, con esto hay que tenerlos en cuenta, a la hora de realizar los precios de estos productos, pues aquellos que eligieron sumas mayores serán beneficiados por los precios que ofrecerá la microempresa Hidroteam JF.

1 ¿Usted posee en su hogar tinas de baño o hidromasajes?

Tabla 6.

Resultados de la primera pregunta

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	308	81%
NO	74	19%
TOTAL	382	100%

Nota. Elaboración Propia.

Figura 10.

Resultados de la primera pregunta



Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Análisis

Para la primera pregunta referente a la empresa Hidroteam JF se preguntó si poseían una tina de baño o hidromasaje en su hogar, a lo cual se respondió que el 81% de las personas si lo poseen y el 19% No los tienen. Gran parte de los encuestados poseen una tina o hidromasaje en su casa, lo cual puede ser perjudicial al no necesitar de una mejora o tener la necesidad de comprar una nueva.

2.- ¿Le gustaría tener en su casa una piscina o hidromasajes?

Tabla 7.

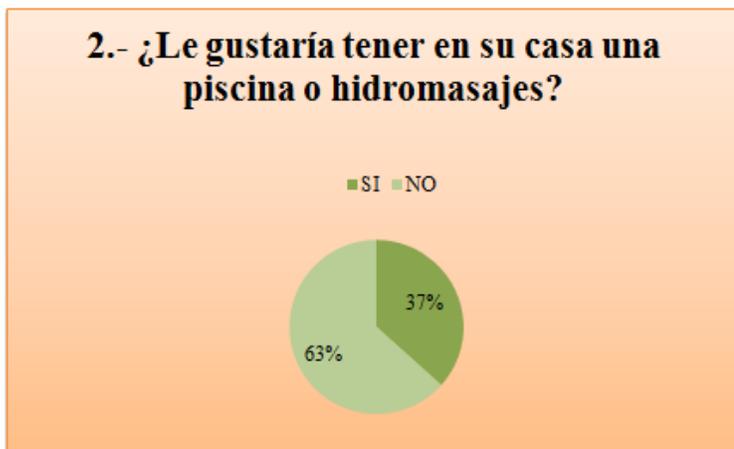
Resultados de la segunda pregunta de la encuesta.

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	140	37%
NO	242	63%
TOTAL	382	100%

Nota. Elaboración Propia.

Figura 11.

Resultados de la segunda pregunta de la encuesta.



Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Análisis

Para la segunda pregunta referente a la empresa Hidroteam JF se preguntó si les gustaría tener una tina de baño o hidromasaje en su hogar, a lo cual se respondió que el 63% de las personas no lo desean y el 37% Si lo desea. Gran parte de los encuestados poseen una tina o hidromasaje en su casa, lo cual puede ser perjudicial al no necesitar de una mejora o no tener la necesidad de comprar una nueva.

3.- ¿Basados en su respuesta anterior cree que los diseños de tinas de baño deban proporcionar descanso y comodidad?

Tabla 8.

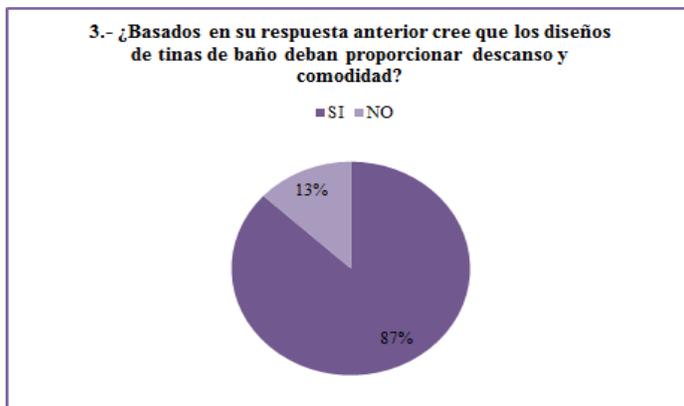
Resultados de la tercera pregunta de la encuesta.

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	332	87%
NO	50	13%
TOTAL	382	100%

Nota. Elaboración Propia.

Figura 12.

Resultados de la tercera pregunta de la encuesta.



Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Análisis

Para la tercera pregunta referente a la empresa Hidroteam JF se preguntó si las tina de baño o hidromasaje deben proporcionar descanso y comodidad, a lo cual se respondió que el 87% de las personas si lo creen y el 13% No lo cree. Para la interpretación de esta pregunta existe en cambio una gran mayoría de personas que le importa que sus tinas o hidromasajes tengan la capacidad de relajar y dar comodidad a sus usuarios, lo cual habla de esta importante característica a la hora de comprar uno.

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un hidromasaje?

Tabla 9.

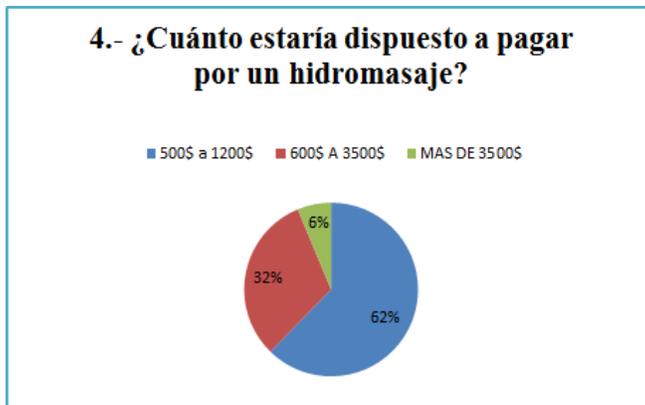
Resultados de la Cuarta pregunta de la encuesta.

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
500\$ a 1200\$	238	62%
600\$ A 3500\$	120	31%
MAS DE 3500\$	24	6%
TOTAL	382	100%

Nota. Elaboración Propia.

Figura13.

Resultados de la Cuarta pregunta de la encuesta.



Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Análisis

Para la Cuarta pregunta referente a la empresa Hidroteam JF se preguntó cuánto estaría dispuesto a pagar por estos productos, a lo cual los resultados expusieron que el 62% de ellos prefieren pagar entre 500 \$ a 1200 \$ dólares, mientras que el 32% prefiere pagar entre 600 \$ a 3500\$ dólares y solo el 6% prefirieron pagar más de 3500\$. En este apartado, se puede deducir que la gente prefiere un precio barato que pueda ser del alcance de todos y por lo tanto pueda ser accesible según sus posibilidades económicas, esto se refuta con la pregunta de ingresos mensuales a lo cual las personas encuestadas votaron la gran mayoría por un promedio mensual de 800\$ a 1200\$ dólares.

5.- ¿Está satisfecho actualmente con los locales que venden este tipo de productos?

Tabla 10.

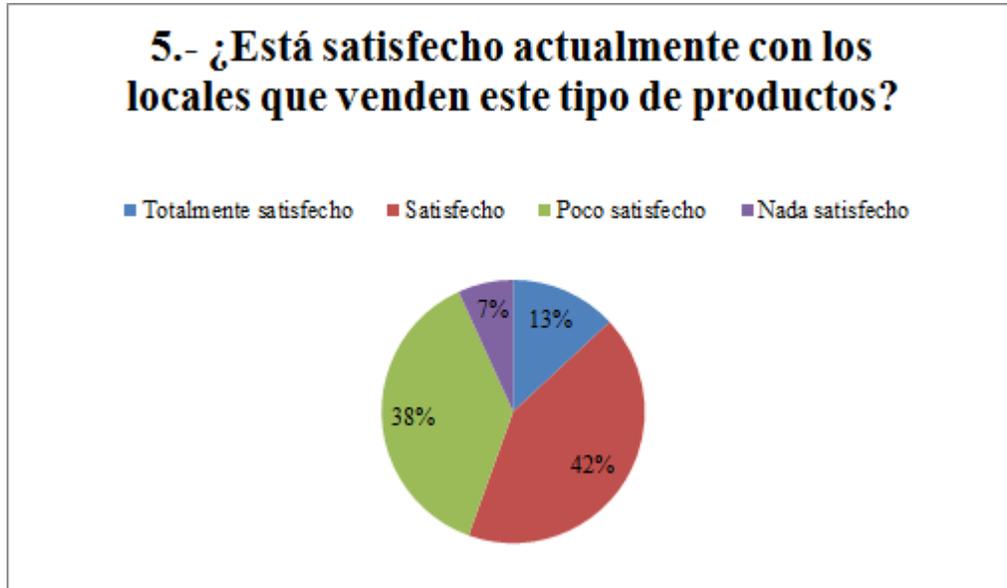
Resultados de la Quinta pregunta de la encuesta.

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente satisfecho	50	13%
Satisfecho	162	42%
Poco satisfecho	144	38%
Nada satisfecho	26	7%
TOTAL	382	100%

Nota. Elaboración Propia.

Figura 14.

Resultados de la Quinta pregunta de la encuesta.



Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Análisis

Para la quinta pregunta referente a la empresa Hidroteam JF se preguntó si están satisfechos o no acerca de este tipo de empresas que se dedican a vender este tipo de productos, a lo cual los resultados expusieron que el 13% de ellos están totalmente satisfechos con este tipo de empresas, mientras que el 42% apenas está satisfecho con sus servicios, también se demostró que el 38% no está tan satisfecho con estas empresas y el 7% no las encuentran satisfactorias. Los datos indican que las personas muestran cierta indiferencia por las empresas que los venden pues no se encuentran tan satisfechos, como insatisfechos, sino demuestran que los locales que venden estos productos cumplen lo justo de sus expectativas.

6.- ¿Qué factores influyen para que usted descarte la adquisición de este tipo de productos?

Tabla 11.

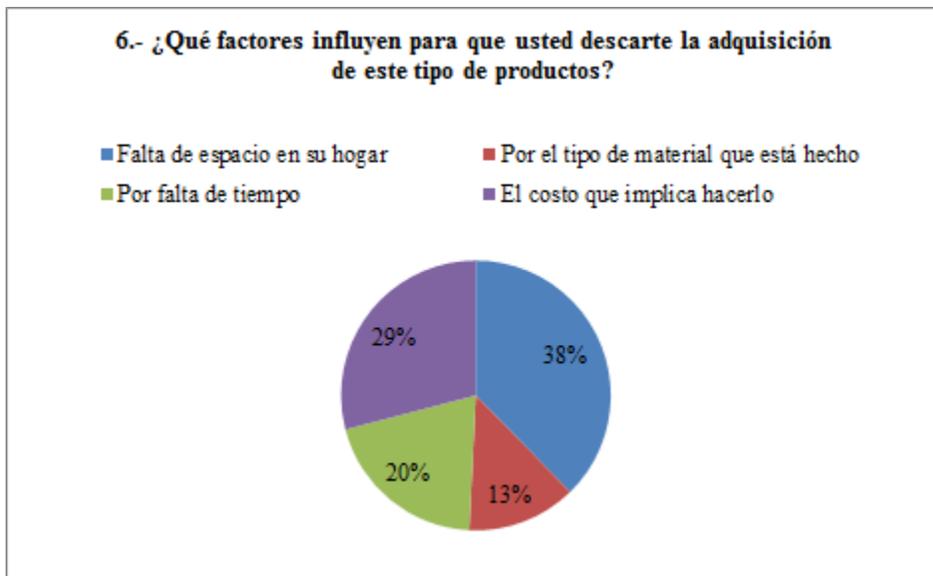
Resultados de la Sexta pregunta de la encuesta.

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de espacio en su hogar	144	38%
Por el tipo de material que está hecho	50	13%
Por falta de tiempo	77	20%
El costo que implica hacerlo	111	29%
TOTAL	382	100%

Nota. Elaboración Propia.

Figura 15.

Resultados de la Sexta pregunta de la encuesta.



Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Análisis

Para la sexta pregunta referente a la empresa Hidroteam JF se preguntó qué factores influyen a la hora de no adquirir este tipo de productos, a lo cual los resultados expusieron que el 38% no los compra por la falta de espacio en su hogar, mientras que el 20% no lo hace por la falta de tiempo, también se demostró que el 29% no lo hace por su costo y el 13% no lo hace por el tipo de material que está hecho. En este análisis se puede interpretar ciertos factores a la hora de no comprar estos productos, pues entre ellos el que más fue votado, fue la falta de espacio en los hogares de la gente que quiere adquirirlos, demostrando que hay un problema en cuanto a la infraestructura de las viviendas del sector, también se hace notar el precio que pueda costar hacerlos.

7.- ¿Qué factores influyen para que usted adquiera este tipo de productos?

Tabla 12.

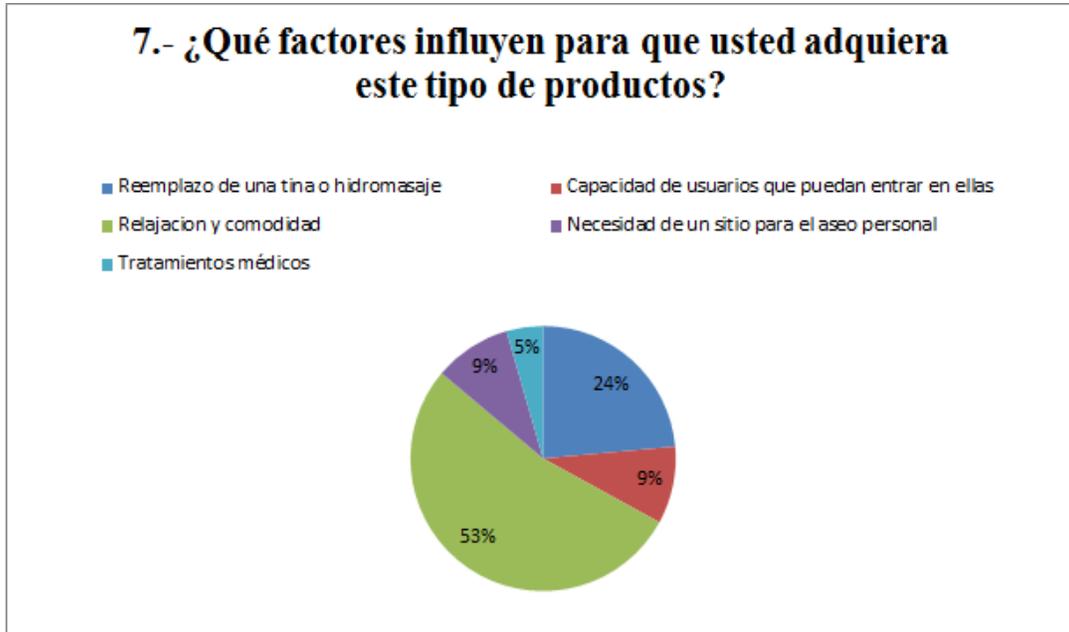
Resultados de la Séptima pregunta de la encuesta.

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Reemplazo de una tina o hidromasaje	90	24%
Capacidad de usuarios que puedan entrar en ellas	36	9%
Relajación y comodidad	203	53%
Necesidad de un sitio para el aseo personal	36	9%
Tratamientos médicos	17	4%
TOTAL	382	100%

Nota. Elaboración Propia.

Figura 16.

Resultados de la Séptima pregunta de la encuesta.



Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Análisis

Para la séptima pregunta referente a la empresa Hidroteam JF se preguntó qué factores influyen a la hora de adquirir este tipo de productos, a lo cual los resultados expusieron que el 53% los compraría por la comodidad y relajación, mientras que el 24% lo haría por el reemplazo de uno nuevo, también se demostró que el 9% lo haría por su capacidad permitida y el otro 9% lo haría por necesidad de aseo y el 5% lo haría para uso médico. Existe ciertas características que resultan atractivas a la hora de comprar estos productos, dentro de ellas se encuentran la relajación y comodidad que el producto pueda ofrecer, también se demuestra que si existen personas que quieran sustituir sus tinas o hidromasajes por unos nuevos, ya sea por el estado de este por el paso del tiempo, también se puede identificar que un 4% de la gente encuestada los compraría para uso médico.

8.- ¿Dónde compra usualmente este tipo de productos?

Tabla 13.

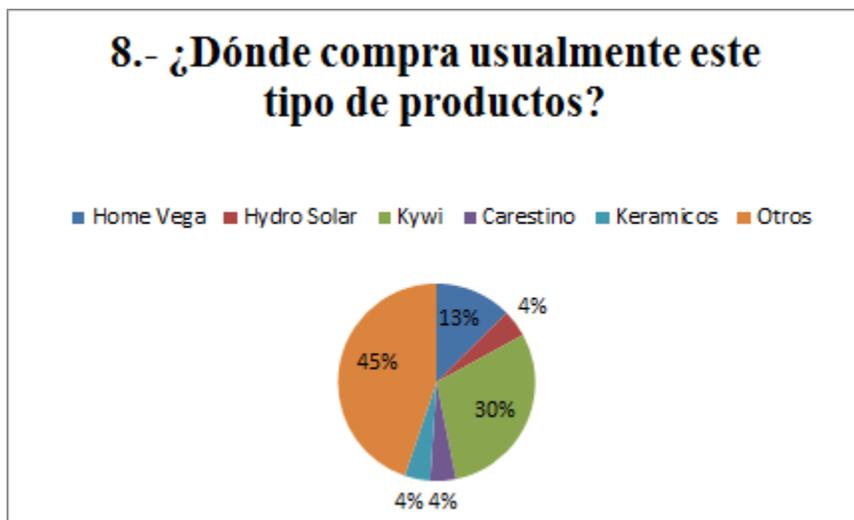
Resultados de la Octava pregunta de la encuesta.

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Home Vega	48	13%
Hydro Solar	17	4%
Kywi	114	30%
Carestino	16	4%
Keramicos	16	4%
Otros	171	45%
TOTAL	382	100%

Nota. Elaboración Propia.

Figura 17.

Resultados de la Octava pregunta de la encuesta.



Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Análisis

Para la octava pregunta referente a la empresa Hidroteam JF se preguntó por la competencia y los resultados respondieron que usualmente compran otro tipo de empresas ajenas a las que estaban como opción con un 45%, mientras que el 30% respondió por Kywi, también se el 4% respondió por Keramicos y el otro 4% por Carestinoy el 13 % por Home Vega. Dentro de la competencia se demuestra que una de las principales opciones para comprar estos productos son las empresas Kywi y Home Vega,

9.- ¿Por qué medio te gustaría conocer este tipo de productos?

Tabla 14.

Resultados de la Novena pregunta de la encuesta.

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Página web	69	18%
Redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, TikTok)	194	51%
Publicidad	72	19%
Email marketing	12	3%
Marketing Tradicional	36	9%
TOTAL	383	100%

Nota. Elaboración Propia.

Figura 18.

Resultados de la Novena pregunta de la encuesta.



Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Análisis

Para la novena pregunta referente a la empresa Hidroteam JF se preguntó por los medios que les gustaría ser informados de este tipo de productos, los resultados demostraron que el 51% preferían las redes sociales, el 19% mediante publicidad, el 18% por página web, el 9% por Marketing tradicional y el 3% por email marketing. Finalmente, las personas eligieron las redes sociales como método de comunicación para conocer este tipo de empresas.

10.- ¿Estarían dispuestos a pagar por mantenimiento de áreas húmedas como lo son piscinas e hidromasajes?

Tabla 15.

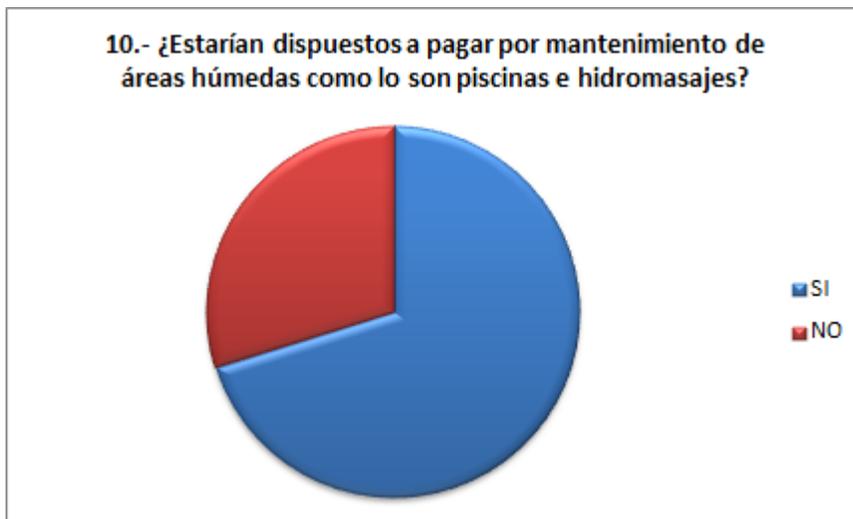
Resultados de la Décima pregunta de la encuesta.

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	268	70%
NO	114	30%
TOTAL	382	100%

Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Figura 19.

Resultados de la Décima pregunta de la encuesta.



Nota. Ilustración elaborada en Excel. Fuente propia.

Análisis

Para la décima y última pregunta se preguntó al público si después de construir las áreas húmedas como lo serían las piscinas o hidromasajes estarían dispuestos a pagar por el mantenimiento continuo de estas, a lo cual se respondió con un sí del 70 % y un 30 % respondió en negativa.

Análisis Foda

Tabla. 16

Matriz FODA de Hidroteam JF.

Fortalezas	Debilidades
<p>F1. Productos de fibra de vidrio y equipos de piscina americanos de alta calidad.</p> <p>F2. Calidad en la atención al cliente y estilo personalizado.</p> <p>F3. Amplios catálogos de productos en hidromasaje, tinas y piscinas.</p> <p>F4. Público objetivo orientado en el sector público y privado.</p> <p>F5. Información con potencial para una página web.</p>	<p>D1. Baja difusión del producto en las redes sociales.</p> <p>D2. Carencias de más locales ubicados en la ciudad.</p> <p>D3. Porcentaje notable de personas quienes ya poseen nuestros productos.</p> <p>D4. Carencias de una página web propia.</p> <p>D5. Carencias de un departamento de marketing.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>O1. Existencia de un mercado potencial.</p> <p>O2. Nuevas tecnologías emergentes.</p> <p>O3. Menor competencia laboral.</p> <p>O4. Mercado online.</p> <p>O5. Buena recepción del público si se incursiona en las redes sociales.</p>	<p>A1. Disminución del mercado enfrente de las grandes empresas.</p> <p>A2. Disminución de los clientes a causa de la pandemia.</p> <p>A3. Atrasos de los productos importados, a causa de la pandemia.</p> <p>A4. Crisis Económica</p> <p>A5. Marketing tradicional obsoleto en tiempos de la era digital.</p>

Nota. Elaboración Propia.

Análisis PESTEL.

Tabla 17.

Análisis PESTEL de Hidroteam JF.

ANALISIS PESTEL DE HIDROTEAM JF		
Entorno Político	Marco Legal	Entorno Económico
<ul style="list-style-type: none">• Gobierno• Estabilidad Política• Cambios en la estrategia de gobierno• Tratados comerciales y cambios	<ul style="list-style-type: none">• Seguridad Laboral• Antimonopolio• Legislación laboral• Legislación económica y societaria.	<ul style="list-style-type: none">• Inflación• Crisis económica mundial• Nivel de desempleo• Competitividad• Situación económica del país• Nivel de producción nacional o PIB
Entorno Social	Entorno Tecnológico	
<ul style="list-style-type: none">• Sindicalismo• Imagen corporativa• Estilo de vida• Clima• Popularización de los productos• Desarrollo social clases medias	<ul style="list-style-type: none">• Niveles de innovación• Avances tecnológicos• Automatización• Infraestructura física• Revolución de redes sociales	

Nota. Elaboración Propia.

Conclusiones de la Investigación de Campo.

Se llegó a la conclusión, mediante los datos obtenidos de la encuesta, que existe un fuerte interés por los productos que son tinas, piscinas e hidromasajes, lo cual demuestra que las principales cadenas que producen estos productos no están satisfaciendo la demanda del público, más bien lo que se demuestra es que existen ciertos aspectos que se pueden aprovechar para mejorar el negocio.

Se identificó también que el uso de las redes sociales tendrá un gran impacto dentro del marketing que se tiene planeado para la empresa Hidroteam JF, siendo este la principal fuente de información entre el público objetivo y nosotros, demostrando que, en esta era digital, la implementación de estas redes de comunicación es vitales para la creación del concepto de “marca” como empresa y sobre todo a posicionarnos en el mercado.

A modo de cierre, hay que tener en cuenta la infraestructura que hay dentro del Valle de los Chillos, especialmente en Conocoto, esto dado a que se comprobó que una de las principales razones por las cuales las personas no adquieren este tipo de productos se debe al espacio reducido que tienen sus hogares, lo cual determina a la hora de fijarse en estos productos.

CAPITULO III: DESARROLLO DE MODELO CANVAS.

Dentro de este capítulo se expondrán todos los elementos que contiene el lienzo Canvas, que se tiene planeado para el futuro negocio de Hidroteam JF, considerando el modelo Canvas se desarrollara los 9 pasos a seguir de este lienzo, para determinar su fiabilidad en el futuro.

Segmento de clientes

La segmentación define y muestra al cliente ideal para el mercado al cuál va dirigida la empresa, a través de ellos se puede conocer a que público se debe llegar en primer lugar. Se tiene pensado como futuros clientes a personas mayores a los 25 años de edad, que formen parte de la población económicamente activa y que tengan un estatus socioeconómico de clase media alta, es decir que su sueldo este entre 1606\$ a 4012\$ dólares mensuales, esto debido a que la creación de este tipo de productos requiere de una inversión personal muy alta, dado que no todas las personas están en las capacidades de hacerlo, se es prudente hacer este tipo de segmentación. De igual manera, el cliente al cuál se aspira tener va de la mano del área de acabados de la construcción, dado que este tipo de producto favorece a las construcciones de viviendas y de sitios recreacionales dedicados al disfrute y ocio como pueden ser los balnearios, hoteles o Spas es necesario tomarlos en cuenta como futuros clientes, también existen la posibilidad que personas que hayan sufrido algún tipo de traumatismo físico requieran los productos ya mencionados, pues se ha evidenciado que los hidromasajes pueden ayudar con este tipo de afecciones físicas.

Segmentación Geográfica

El estudio donde se realizó la encuesta es dentro de la parroquia de Conocoto en el Valle de los Chillos, la cual poseen las siguientes características geográficas en consecuencia de su ubicación.

Figura 20.

Datos acerca de la parroquia de Conocoto.

Geografía	Región	Sierra
	Ciudad	Quito
	Parroquia	Conocoto
	Clima	12°C A 24°C
	Altitud	2,522 metros sobre el nivel del mar.
	Superficie	56 km ²
	Limites de la parroquia	Costado de occidental del valle de los Chillos, Centro de Quito, Loma de Puengasi

Nota: Datos acerca de la parroquia de Conocoto, datos sacados de (Getamap.net, 2020).

Fuente propia.

Segmentación Demográfica.

La población que se muestra en este estudio es referente al censo realizado en 2010 en el cual se reporta las siguientes cifras por parte de Conocoto como parroquia. A lo que refiere a población por género se presentó que hay en total 42.381 personas del género femenino y del género masculino 39.691 sumando un total de 82.072.

Tabla 18.

Población económicamente activa (PEA) de la parroquia de Conocoto.

Genero	Cantidad	%
Mujeres	42381	51,63 %
Hombre	39691	48,36 %
TOTAL	82.072	100%

Nota: Población económicamente activa (PEA) de la parroquia de Conocoto. Datos sacados del (GAD Parroquial de Conocoto). Elaboración Propia.

Tabla 19.*Población por rango de edades.*

De 1 a 4 años	2894	2788	5682
De 5 a 9 años	3711	3587	7298
De 10 a 14 años	3772	3696	7468
De 15 a 19 años	3765	3704	7469
De 20 a 24 años	3565	3721	7286
De 25 a 29 años	3383	3736	7119
De 30 a 34 años	2906	3389	6295
De 35 a 39 años	2682	3125	5807
De 40 a 44 años	2561	2974	5535
De 45 a 49 años	2518	2836	5354
De 50 a 54 años	2082	2182	4264
De 55 a 59 años	1614	1803	3417
De 60 a 64 años	1295	1383	2678
De 65 a 69 años	887	990	1877
De 70 a 74 años	596	687	1283
De 75 a 79 años	378	470	848
De 80 a 84 años	239	349	588
De 85 a 89 años	120	212	332
De 90 a 94 años	68	105	173
De 95 a 99 años	17	35	52
De 100 años y más	7	4	11
Total	39691	42381	82072

Nota: Población por rango de edad en la parroquia de Conocoto. Datos sacados del (GAD Parroquial de Conocoto). Elaboración Propia.

Esta tabla demuestra los rangos de edad dentro de la parroquia de Conocoto y el total de estos en general, gracias al CENSO realizado en el año 2010, se puede entender que nuestro público estará dirigido dentro de los rangos 25 en adelante.

Segmentación Psicográfica

Dentro de la parroquia de Conocoto, se tomarán en cuenta a los siguientes barrios como futuros clientes para la microempresa, pues barrios como la Armenia 2, que goza no solo de infraestructura y espacio para la realización de este tipo de construcciones, sino también de medios para hacerlo, forman parte del tipo de cliente que se tiene captado, de igual forma se tiene a los barrios de San José de Conocoto y Chillo Jijón que están en expansión y forman parte de una zona muy comercial, estos lugares ponen en partida a consideración como clientes a plantear.

Propuesta de valor

Definición del negocio

La microempresa Hidroteam JF está destinada a la venta y compra de tinas de baño e hidromasajes, así como a su implementación de equipos e instalación de la misma, también está destinada a la creación de piscinas. Esta microempresa está relacionada con el área de acabados de la construcción y tiene como objetivo, ser una opción viable para la compra de estos productos, todo esto debido a la fuerte presencia de empresas comerciales que cada vez más han privado de este servicio a las personas que lo necesitan, o a su vez no cumplen con lo esperado por dichos clientes, con esto en mente, la microempresa tiene una oportunidad dentro del mercado y puede ser impulsada si su giro de negocio sea ejecutado de la mejor manera posible teniendo en cuenta sus condiciones materiales que le rodean y la condicionan.

Característica de la empresa

Para la empresa Hidroteam JF una de sus características es que cuenta con un punto de venta establecido, dentro del sector de Puengasi, cerca del valle de los chillos específicamente

del antiguo pasaje a Conocoto, el cual está ubicado estratégicamente en un área comercial como lo es la Autopista general Rumiñahui. También es de mencionar que su atención al cliente personalizada forma parte de la experiencia de contactar con sus empleadores, dentro de la calidad de sus productos ellos van trabajando con materiales de alta durabilidad y versatilidad, el polímero conocido como como PRFV (Poliéster reforzado de fibra de vidrio) es un material ideal para tinas de baño e hidromasaje, el cual gracias a sus excelentes propiedades de estructuras entrelazadas de fibras la hacen de una fuerte resistencia con el paso del tiempo, sin mencionar su fácil mantenimiento, todo esto la ha hecho ganar territorio dentro de este negocio, incluso superando a tinas a base de acrílicos los cuales muchas veces desfavorecidos por sus alta probabilidad de rayones o rupturas del material, han perdido cada vez más lugar dentro del mercado.

Canales

Dentro del sistema de comunicación con los clientes se tienen previstas varias alternativas, pues la interacción más próxima y viral sería a través de las redes sociales, al formar un conjunto de variables algorítmicas para el encuentro con el futuro consumidor, con lo cual se parte de un medio de distribución de información tan grande como lo es el internet.

Una vez establecido este punto de alcance al consumidor se tiene que plantear como se va a manejar personalmente el servicio, pues, algo que caracteriza a Hidroteam JF sería su trato con el cliente, dando confianza y promoviendo al mismo tiempo su marca como empresa.

Tabla 20.

Fase de canales.

		FASES DE CANALES				
		INFORMACIÓN	EVALUACIÓN	COMPRA	ENTREGA	POSVENTA
TIPOS DE CANALES		¿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?
	DIRECTO EQUIPO COMERCIAL	Local ubicado en la autopista general Rumiñahui, en el antiguo peaje.	Por catálogos y muestras de lo que se ha realizado, junto con evidencia de nuestros clientes y sus	A través del local.	Una vez comprado el producto se procede a realizar la fabricación del producto para que sea	Se realiza después de la instalación de la tina o hidromasaje, el seguimiento

		productos terminados.		transportado al hogar del cliente para su instalación.	con respecto a los equipos de tina e hidromasaje.
VENTAS EN INTERNET	Sitio de ventas en Facebook Marketplace.	Se exhiben fotos de proyectos terminados con nuestros clientes recientes.	A través de transacciones o depósitos.		

Nota: Fase de canales. Formato extraído del CATE. Fuente propia.

En esta tabla se indica que las fuentes de distribución serán a través de dos tipos, una directa y otra online, es por eso que una herramienta como lo es Facebook Marketplace ayudará a promover el negocio mediante su creación dentro de la reconocida fan page la cual servirá como el punto de acceso para conocer estos productos.

Relación con los clientes.

Una parte importa para mantener un negocio a flote es la forma con la que se trata al cliente, de esta forma aseguramos una fidelización con él y por otro lado se crea una imagen acerca de los servicios que se han prestado. Hidroteam JF va a manejarse en este apartado de dos maneras, una directa e indirecta, a continuación, se verá su forma de tratar con sus clientes.

Tabla 21.

Relación directa con los clientes.

TIPO	DESCRIPCIÓN	EJEMPLIFICACIÓN
Hidroteam JF se encarga de realizar e instalar tinas de baño, Hidromasajes e piscinas. Su relación será directa.	Hidroteam JF se caracteriza por su atención al cliente y su personalización en su ayuda. Es muy importante realizarlo, pues dentro de lo que significa la atención al cliente Hidroteam JF ofrece asesoramiento para la instalación del producto.	Dentro del proceso de ventas el cliente ingresa en el local solicita una tina o hidromasaje, dentro del catálogo de Hidroteam JF según sus necesidades o si prefiere la creación de una piscina según sus especificaciones, este será asesorado y orientado según sus gustos, pues dependiendo de esto, se escoge el color, el diseño, las medidas dependiendo del entorno el cual va a ser

instalada, en el caso de que el cliente no tenga las medidas o no este seguro de estas, el recibirá un asesoramiento del ingeniero a cargo de la instalación y el ira personalmente al lugar en cuestión a medir el área y determinar cuál diseño se adapta mejor al espacio seleccionado, una vez hecho esto, se procede a la realización del contrato el cual especifica los términos y condiciones para la realización del servicio, con la condición de pagar el 50% primero y el 50% después de la instalación.

Nota. Relación directa de los clientes. Fuente propia.

De igual forma tenemos diferentes maneras de llegar a los clientes y crear relaciones, una de ellas va indirectamente creada por las redes sociales y la presencia que esta ejerce en las personas, también tenemos técnicas de automatización que aceleran y resuelven cierto tipo de problemas, como lo son la cantidad de preguntas que una persona puede tener, de igual forma la capacidad de responder a un cliente sin la necesidad de tener contacto directo con el trabajador.

Es de vital importancia generar una relación con el cliente y Hidroteam JF les proporcionara a sus clientes relaciones directas, personalizadas, automatizadas y también indirectas a través de las redes sociales y su percepción de estas.

Fuentes de ingreso

Para este apartado, se es requerido indagar en la fuente de financiamiento que la empresa Hidroteam JF va a tener para ganar dinero, por lo tanto, sus ingresos van a tener que formularse a partir de su modelo de negocios.

Tabla 22.

Ingresos.

TIPO	DESCRIPCIÓN
Ventas en Línea (Facebookmarket place).	Debido a que el proyecto se efectuara por primera vez, se prevé que el mayor porcentaje de ganancias sea por medio de este tipo de canal, debido al alcance inmediato del medio en el cual se efectúa.
Ventas en el local físico.	Una vez que el negocio se realice y podamos continuar con un proceso de mejora, tenemos que tener en cuenta el impacto de nuestro local, ya que este formará una de las principales fuentes de ingreso.

Nota: Tipo de fuente de ingresos. Tabla tomada del CATE. (Fuente propia).

Recursos Clave

Los recursos son importantes para cualquier empresa, son estos elementos los que brindar ayuda para el futuro establecimiento. Es por eso que Hidroteam JF cuenta con los siguientes recursos, que le ayudarán en el futuro, dado que la microempresa está dedicada a la distribución

de estos productos y no a la fabricación, sus elementos serán acordes a sus necesidades dentro del mercado.

Tabla 23.

Recursos claves

RECURSO	DESCRIPCIÓN
FINANCIEROS	Dinero ahorrado y predestinado para este proyecto.
FÍSICOS	Bien físico, el local ya está construido y está listo para remodelación, además de mantener mobiliario para exhibición del producto.
TECNOLÓGICOS	Bienes físicos y electrónicos de carácter administrativo, como lo es laptops, computadoras, impresoras.
INTELECTUALES	Experiencia previa acerca del círculo de negocio, tipo de proveedores, además de contactos en equipo de construcción.
HUMANOS	Dentro de este apartado se tendrá en cuenta el trabajo de 2 personas para el equipo de trabajo practico y uno para asistencias administrativa.

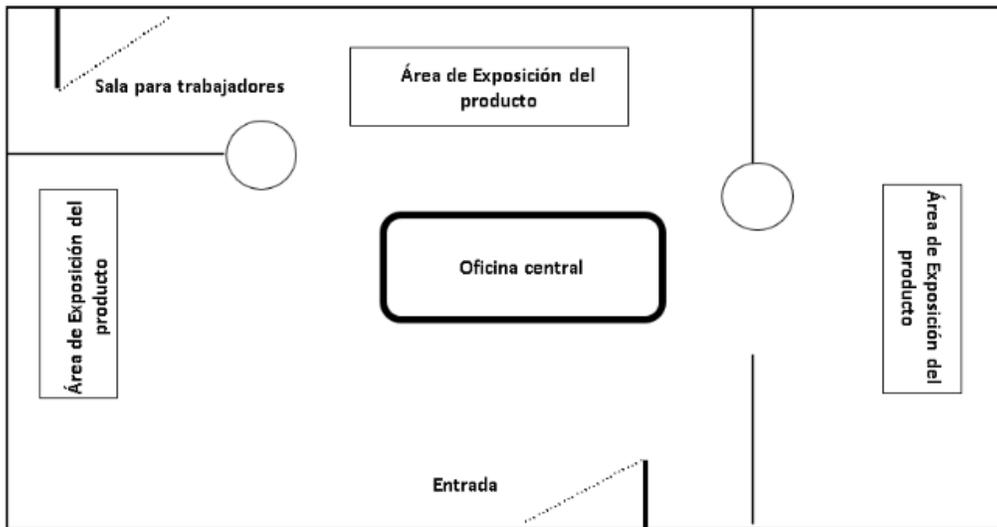
Nota. Tabla de recursos claves. Tabla sacada del CATE. (Fuente Propia)

Todos estos recursos otorgarán a la empresa Hidroteam JF una serie de ventajas que ciertamente no tendrían otro tipo de empresas que estuvieran creando su negocio desde cero, partiendo de la experiencia previa que poseen esto ya les permite generar un valor agregado a

empresas que apenas estén comenzando, además de resolver problemas como lo son un lugar donde se pueda posicionar físicamente este tipo de negocios, cosa que Hidroteam lo tiene resuelto al poseer un espacio donde ellos podrán instalarse de manera cómoda y eficazmente.

Figura 21.

Plano de distribución del local de ventas con un metraje de 7x9 metros o también de 50 metros cuadrados.



Nota: Imagen sacada del trabajo de CATE. Fuente propia.

Dentro de los recursos claves que la empresa posee tomaremos en cuenta ciertos materiales fundamentales para la prestación de sus servicios, a continuación, se enlistara todos los elementos cruciales para la instalación y asentamiento de estos productos.

Tabla 24.

Herramientas de trabajo.

Cantidad	Descripción
1	Extensión de cable 12 de 6 metros.
2	Taladros marca Bosch

2	Juegos de boca bocados para la realización de las medidas de huecos
2	Pistolas de silicón
1	Desarmadores de estrellas
1	Llave de presión playo pico largo
1	Llave de tubo, con extensión para dos pulgadas
1	Calentador eléctrico
1	Soplador de aire
1	Cortador de tubo PVC de 1 y 1 ½ pulgada
1	Sierra con mango
6	Guape
1	1 litro de tiñer
1	Flexómetro de 3 metros
1	Par de guantes
1	Gafas de protección
1	Mascarilla de filtro

Nota: Todas estas herramientas serán cruciales para la implementación de equipos neumáticos y de instalación de accesorios, además de que Hidroteam JF tiene repuestos de cada una de las herramientas al menos tres por cada una. Elaboración propia.

Tabla 25.

Herramientas para el asentamiento de la tina.

Cantidad	Descripción
1	Pala para construcción
1	Palo de mezcla
1	Caretilla para mezcla de concreto
1	Flexómetro de 3 metros
1	Bailejo
1	Martillo combo
1	Punta de acero
1	Nivel de 1,2 metros
1	Guantes para construcción
1	Casco de protección
1	Botas de fundición

Nota: Todas estas herramientas serán cruciales para el asentamiento de la tina o hidromasaje en cuestión, además de que Hidroteam JF tiene repuestos de cada una de las herramientas al menos tres por cada una. Elaboración propia.

Hidromasajes y Tinas.

Hidroteam JF cuenta con tres tipos de tinas para su creación y cada una de estas posee diferente tipo de medidas.

Tabla 26.

Tipo de tinas.

Tipo de tinas	
Nombre	Medidas
Hidromasajes géminis (para 2 personas)	180x180x0,56
Hidromasaje girasol Octogonal	200x200x0,81
Hidromasaje Egipcia	160x160x0,55

Nota: Tipos de tinas. Elaboración propia.

Equipos Neumáticos.

Los equipos neumáticos forman parte del proceso de circulación del agua y transporte de esta al hidromasaje, además de mantener la temperatura ideal para el uso a gusto del cliente.

Tabla 27.

Equipos neumáticos para tina géminis.

Equipo Neumáticos para tina géminis		
Cantidad	Descripción	Tipo
1	Manguera neumática de 3 metros de ½ Pulgadas	
1	Manguera neumática de 3 metros de 1 Pulgadas	PVC
2	Tapones de 1 pulgada	

2	Tapones de ½ pulgada
1	T de 1 ½ pulgadas
2	Reductores de 1 ½ pulgada
1	1,5 metro de tubo 1 ½ pulgadas
4	Codos de 1 ½ pulgadas
4	Codos de 1 pulgadas
1	Pegamento de 1 ¼

Nota: Elaboración propia.

Tabla 28.

Equipos neumáticos para tina Girasol.

Equipo Neumáticos para tina Girasol		
Cantidad	Descripción	ipo
1	Manguera neumática de 8 metros de ½ Pulgadas	
1	Manguera neumática de 6 metros de 1 Pulgadas	
2	Tapones de 1 pulgada	
3	Tapones de ½ pulgada	PVC
1	T de 1 ½ pulgadas	
2	Reductores de 1 ½ pulgada	
2	Adaptadores macho 1 pulgada	

1	Metro de tubo 1 ½ pulgadas
4	Codos de 1 ½ pulgadas
1	Pegamento de 1 ¼

Nota: Elaboración propia.

Tabla 29.

Equipos neumáticos para tina egipcia.

Equipo Neumáticos para tina egipcia		
Cantidad	Descripción	Tipo
1	Manguera neumática de 5 metros de ½ Pulgadas	
1	Manguera neumática de 5 metros de 1 Pulgadas	
2	Tapones de 1 pulgada	
2	Tapones de ½ pulgada	
1	T de 1 ½ pulgadas	PVC
2	Reductores de 1 ½ pulgada	
1	Metro de tubo 1 ½ pulgadas	
4	Codos de 1 ½ pulgadas	
1	Pegamento de 1 ¼	

Nota: Elaboración propia.

Accesorios.

Estos accesorios darán al molde de la tina una función operativa, pues dentro de ellos se encuentran las funciones de mando y apagado, así también tiene otras funciones como el cambio de colores y de circulación del agua.

Tabla 30.

Accesorios para la tina géminis.

Accesorios para tina géminis		
Cantidad	Descripción	Tipo
6	Hidrojets de 1 ½ pulgada	
1	Control de aire	
1	Succión	
1	Botón de encendido	Cromado
1	Luz con transformador y botón táctil	
1	Desagüe de pico	
1	Grifería de pico	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 31.

Accesorios para tina girasol.

Accesorios para tina Girasol		
Cantidad	Descripción	Tipo

8	Hidrojets de 1 ½ pulgada	
2	Controles de aire	
1	Succión	
1	Botón de encendido	Cromado
1	Luz con transformador y botón táctil	
1	Desagüe de PVC	
1	Grifería de pico	
1	Desagüe tipo push	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 32.

Accesorios para tina egipcia.

Accesorios para tina egipcia		
Cantidad	Descripción	Tipo
6	Hidrojets de 1 ½ pulgada	
2	Controles de aire	
1	Succión de 1 ½ pulgadas	
1	Botón de encendido	Cromado
1	Luz con transformador y botón táctil	
1	Desagüe de PVC	
1	Grifería de pico	

Notas: Elaboración propia.

Tabla 33.

Tipos de bomba.

Tipo de bomba	
Tina Egipcia	.
Tina Girasol	Bomba 2 HP con salidas de ½ x ½ pulgadas
Tina Géminis	Bomba 1 HP con salidas de ½ x ½ pulgadas

Nota: Las bombas de calor o motores serán los que harán funcionar todo el circuito del hidromasaje o tina de baño, pues con este artículo se realizara circulación del agua el llenado de la tina y también el vaciado de esta. Elaboración propia.

Actividades Clave

Tabla 34.

ACCIÓN	DESCRIPCIÓN
Control de operaciones	Para mejorar la calidad de servicio se opta por este tipo de indicador, el cual nos ayudara a mantener un margen de calidad dentro del equipo de construcción, además de tener la finalidad de mantener funcional las actividades en los proyectos de

construcción.

Remodelación del local

Es importante mantener una buena imagen como microempresa, es así que uno de los principales objetivos a futuro es la remodelación del

local, hacer una reforma al local y convertirlo en un espacio que demuestre nuestro producto de la mejor manera posible, utilizando una estética de acuerdo al tipo de servicio que prestamos.

Gestión de las redes sociales como vía de publicidad y ganancias

Para que sirva de mejor manera nuestra microempresa, necesita de una buena imagen en redes sociales, pues a diferencia de la publicidad tradicional, esta es más mediática y accesible a realizar, además de ser nuestra principal fuente de ingresos.

Revisión de inventario

Es importante tener en cuenta que cada material, producto y maquinaria este siempre intacta y necesite de revisión constante, pues dentro de nuestro nicho de mercado, las diferentes piezas que conforman una piscina, hidromasaje o tina son de vital importancia y necesitan siempre de constantes provisiones.

Instalación de equipos y accesorios

Las actividades claves que se van a realizar dentro de la producción de los productos serán la instalación de todos estos elementos para que la tina pueda funcionar

perfectamente.

Asentamiento de las tinas o hidromasajes

Finalmente, el último proceso de prestación de servicios de la empresa será el asentamiento de las tinas dentro del espacio acordado por el cliente, dentro de este proceso se efectuará el trabajo de mano de obra.

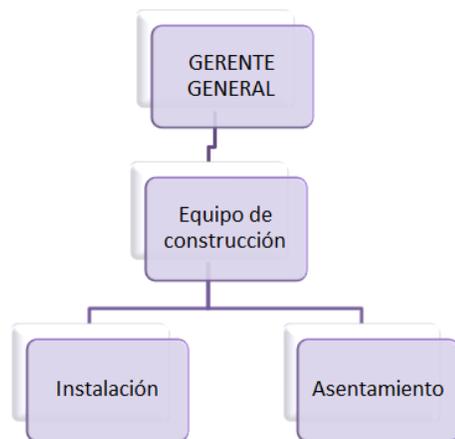
Nota. Tabla acerca de las actividades clave dentro de la empresa Hidroteam JF. Tema referido del CATE. Fuente propia.

Es importante recalcar que este tipo de actividades son primordiales para la empresa Hidroteam JF, pues dentro de sus objetivos, ciertas acciones a tomar tendrán una importancia en sus inicios, sin embargo, se tiene que tomar en cuenta su estructura organizacional, la cual se expondrá a continuación.

Organigrama Estructural

Figura 22.

Organigrama de la empresa Hidroteam JF.



Nota. Organigrama de la empresa, sacado del CATE. Fuente propia.

Plan de producción del bien o servicio.

Producto

Hidroteam JF tiene como principal proveedor a Aquamain y Inmera C.A, los cuales se dedican a la venta de equipos de piscina, y equipos de limpieza de estas mismas, ahora, no solo ellos son los proveedores, también los proveedores de los moldes de tinas los da el artesano Jorge Ruiz quien ha trabajado con la fibra de vidrio ya por mucho tiempo, el cual trae a la fábrica los moldes para terminar el acabado a los productos, el transporte lo provee Hidroteam JF y este mismo se encarga de retirar los productos requeridos así también como las tinas e hidromasajes, todos los productos van en cajas y las tinas en embalaje.

Almacenamiento de productos y producción.

Luego de esto, esta se va dirigida para el almacén donde los trabajadores procederán a la implementación de equipo y acabado de la tina o hidromasaje para luego ir a ser empaquetada y puesta en embalaje.

Almacenamiento de producto terminado y centro de distribución.

Después de eso se transporta al local donde este será enviado personalmente al hogar del cliente el cual se procederá a la instalación del mismo, dependiendo si este será agregado en el baño o en un lugar cerrado este será puesto por medio de un asentamiento, mientras que si el cliente prefiere fundición en concreto se convertiría en obra civil donde él cliente provee de los materiales para hacer la piscina o hidromasaje en cuestión.

Clientes

Dentro del proceso de ventas, el cliente ingresa en el local solicita una tina o hidromasaje, dentro del catálogo de Hidroteam JF según sus necesidades o si prefiere la creación de una piscina según sus especificaciones, este será asesorado y orientado según sus gustos, pues dependiendo de esto, se escoge el color, el diseño, las medidas dependiendo del entorno el cual va a ser instalada, en el caso de que el cliente no tenga las medidas o no este seguro de estas, el recibirá un asesoramiento del ingeniero a cargo de la instalación y el ira personalmente al lugar en cuestión a medir el área y determinar cuál diseño se adapta mejor al espacio seleccionado, una

vez hecho esto, se procede a la realización del contrato el cual especifica los términos y condiciones para la realización del servicio, con la condición de pagar el 50% primero y el 50% después de la instalación. Hecho esto se procede a la realización del pedido en fábrica en un tiempo de 8 días laborables en cuestión de hidromasajes y tinas, mientras que en piscinas la elaboración es inmediata, siendo acordada previamente por el cliente.

Socios Clave

Para los socios claves, Hidroteam JF cuenta con distribuidores como lo son ALPHA Solar, Aquamain, Inmera C.A. para, lo que significa equipos neumáticos y accesorios, también herramientas de trabajo y construcción. Quien les ayuda con las tinas e hidromasajes, producto principal de la empresa, Hidroteam JF cuenta con la ayuda del artesano Jorge Ruiz quien ha estado en el negocio de la construcción de moldes en base de fibra de vidrio y resina poliéster por más de 20 años.

A continuación, se expondrá las listas de accionistas claves y de proveedores de la empresa con nombre y apellido.

Tabla 35.

Accionista Clave.

Accionistas Clave			
Nombre	Cedula	Correo	Teléfono
Francisco			
Jared Falconí	1754395232	francisjared13@gmail.com	0998792407
Oña			

Socios Clave

Nombre comercial	Nombre del vendedor	Correo	Nº telefónico	Proveedor.
INEMERA C.A.	Erick Granizo	distribución@inmera.com.es	09988419236	Equipos de piscina.
Alpha Solar	Josselyn Padilla	N/A	0996322810	Sistema de calentamiento de agua.
Aquamain	Johnny Vásquez	jvasquez.aquamain@gmail.com	0995231004	Accesorios y repuestos.
Jorge Ruiz Tinas & Hidromasajes	Jorge Ruiz	N/A	0993533744	Tinas e hidromasajes.

Nota. Elaboración Propia.

Estructura de costes.

La estructura de coste está formada en su total por lo que cuesta implementar y adquirir la tina, la mano de obra y los costos fijos y variables, además de mostrar con detenimiento los productos que se usan en ella.

Tabla 36.

Estructura de costos de Hidroteam JF

Estructura de costos de Hidroteam JF

Concepto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo mensual
MANO DE OBRA				
Instalador de equipos y accesorios	1		30	
Maestro albañil	1		30	
Total, mano de obra				
MATERIALES				
Tinas				250
Tina Hidromasajes géminis (para 2 personas)	1	180x180x0,56	250	
Equipo Neumatico				64,53
Manguera neumática PVC	1	3 metros de ½ Pulgadas	22,14	22,14
Manguera neumática PVC	1	3 metros de ½ Pulgadas	15,54	15,54
Tapones PVC	2	1 pulgada	0,4	0,8
Tapones PVC	2	½ pulgada	0,3	0,6
"T" PVC	1	1 ½ pulgadas	1,5	1,5
Reductores PVC	2	1 ½ pulgadas	0,7	1,4

1,5 metro de tubo PVC	1	1 ½ pulgadas	4,5	4,5
Codos PVC	4	1 ½ pulgadas	0,4	1,6
Codos PVC	4	1 pulgada	0,95	3,8
Pegamento PVC	1	1 ¼ Litros	12,65	12,65
Accesorios Cromados				147
Hidrojets Cromado	6	1 ½ pulgada	7,7	46,2
Controles de aire Cromado	1		7,7	7,7
Succiones cromadas	1		7,7	7,7
Boton de encendido	1		7,7	7,7
Luz con transformador y botón táctil	1		25	25
Desagüe de pico	1		45	45
Grifería de pico	1		7,7	7,7
Motores				
Bomba 1,5 HP con salidas	1	½ x ½ pulgadas	112	
Bomba 2 HP con salidas	1	½ x ½ pulgadas	131	
Bomba 1 HP con salidas	1	½ x ½ pulgadas	92	92
COSTOS FIJOS				
<i>Servicios Básicos</i>				20

Agua	165	litros cubico	0,06	10
Luz	146	Kilowatts	0,07	10
COSTOS VARIABLES				
Transporte	1		20	20

Resumen	Costo Neto por tina
Tina de baño	250
Equipo Neumático	64,53
Accesorios Cromados	147
Motor	92
COSTOS FIJOS	20
MANO DE OBRA	60
COSTOS VARIABLES	20
Costo Total	654
Precio de venta	980

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 37.*Estructura de costes para la tina Girasol.*

Estructura de costos de Hidroteam JF				
Concepto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
MANO DE OBRA				
Instalador de equipos y accesorios	1		30	
Maestro albañil	1		30	
Total mano de obra				
MATERIALES				
Tinas				450
Hidromasaje girasol Octogonal	1	200x200x0,81	450	
Equipo Neumático				
Manguera neumática PVC	1	6 metros de ½ Pulgadas	22,14	22,14
Manguera neumática PVC	1	6 metros de ½ Pulgadas	15,54	15,54

Tapones PVC	2	1 pulgada	0,4	0,8
Tapones PVC	2	½ pulgada	0,3	0,6
"T" PVC	3	1 ½ pulgadas	1,5	4,5
Reductores PVC	2	1 ½ pulgadas a media	0,7	1,4
Reductores PVC	2	1 ½ pulgadas a pulgada	0,65	1,3
Adaptadores Macho	2	1 pulgada	0,3	0,6
1 Metro de tubo PVC	1	1 ½ pulgadas	3	3
Codos PVC	4	1 ½ pulgadas	0,4	1,6
Pegamento PVC	1	1 ¼ Litros	12,65	12,65
Accesorios Cromados				128,26
Hidrojets Cromado	8	1 ½ pulgada	7,7	61,6
Controles de aire Cromado	2		7,7	15,4
Succiones cromadas	1		7,7	7,7
Boton de encendido	1		7,7	7,7
Luz con transformador y botón táctil	1		25	25
Desagüe de pico	1		12	12
Motores				131
Bomba 1,5 HP con salidas	1	½ x ½ pulgadas	112	

Bomba 2 HP con salidas	1	½ x ½ pulgadas	131	
Bomba 1 HP con salidas	1	½ x ½ pulgadas	92	
COSTOS FIJOS				
<i>Servicios Básicos</i>				20
Agua	165	litros cubico	0,06	10
Luz	146	Kilowatts	0,07	10
COSTOS VARIABLES				
Transporte	1		20	20

Resumen	Costo Neto por tina
Tina de baño	450
Equipo Neumático	64,13
Accesorios Cromados	128,26
Motor	131
COSTOS FIJOS	20
COSTOS VARIABLES	20
Mano de obra	30
Costo Total	843
Precio de venta	1300

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 37.*Estructura de costes para la tina egipcia.*

Estructura de costos de Hidroteam JF				
Concepto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
MANO DE OBRA				
Instalador de equipos y accesorios	1		30	
Maestro albañil	1		30	
Total mano de obra				
MATERIALES				
Tinas				300
Hidromasaje Egipcia	1	160x160x0,55	300	
Equipo Neumatico				
Manguera neumática PVC	1	5 metros de ½ Pulgadas	22,14	22,14
Manguera neumática PVC	1	5 metros de ½ Pulgadas	15,54	15,54

Tapones PVC	2	1 pulgada	0,4	0,8
Tapones PVC	2	½ pulgada	0,3	0,6
"T" PVC	1	1 ½ pulgadas	1,5	1,5
Reductores PVC	2	1 ½ pulgadas a media	0,7	1,4
Reductores PVC	2	1 ½ pulgadas a pulgada	0,65	1,3
Adaptadores Macho	2	1 pulgada	0,3	0,6
1 metro de tubo PVC	1	1 ½ pulgadas	3	3
Codos PVC	4	1 ½ pulgadas	0,4	1,6
Pegamento PVC	1	1 ¼ Litros	12,65	12,65
Accesorios Cromados				122,26
Hidrojets Cromado	8	1 ½ pulgada	7,7	61,6
Controles de aire Cromado	2		7,7	15,4
Succiones cromadas	1		7,7	7,7
Boton de encendido	1		7,7	7,7
Luz con transformador y botón táctil	1		25	25
Desagüe de pico	1		12	12
Motores				131
Bomba 1,5 HP con salidas	1	½ x ½ pulgadas	112	

Bomba 2 HP con salidas	1	½ x ½ pulgadas	131	
Bomba 1 HP con salidas	1	½ x ½ pulgadas	92	
COSTOS FIJOS				
<i>Servicios Básicos</i>				20
Agua	165	litros cubico	0,06	10
Luz	146	Kilowatts	0,07	10
COSTOS VARIABLES				
Transporte	1		20	20

Resumen	Costo Neto por tina
Tina de baño	300
Equipo Neumático	61,13
Accesorios Cromados	122,26
Motor	131
COSTOS FIJOS	20
COSTOS VARIABLES	20
Mano de obra	30
Costo Total	684
Precio de venta	1080

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 38.*Presupuesto de ventas*

Presupuesto proyectado en años VALORES							UNIDADES					
Años	2023	2024	2025	2026	2027	Total V.	2023	2024	2025	2026	2027	Total U.
Productos												
Tina Hidromasajes géminis (para 2 personas)	2.940	3.528	4.234	5.080	6.096	21.878	3	4	4	5	6	22
Hidromasaje girasol Octogonal	3.900	4.680	5.616	6.739	8.087	29.022	3	4	4	5	6	22
Hidromasaje Egipcia	2.160	2.592	3.110	3.732	4.479	16.074	2	2	3	3	4	15
Total Anual	9.000	10.800	12.960	15.552	18.662	66.974	8	10	12	14	17	60
P.V.P (u)												
Tina Hidromasajes géminis (para 2 personas)	980	980	980	980	980							
Hidromasaje girasol Octogonal	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300							
Hidromasaje Egipcia	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080							
Inflación anual proyectada promedio		3,50%	3,50%	3,50%	3,50%							
Precio de venta												
Tina Hidromasajes géminis (para 2 personas)	980	1014	1050	1087	1125							
Hidromasaje girasol Octogonal	1300	1346	1393	1441	1492							
Hidromasaje Egipcia	1080	1118	1157	1197	1239							
Ventas presupuestadas												
Tina Hidromasajes géminis (para 2 personas)	2.940	3.651	4.535	5.633	6.996	23.755						
Hidromasaje girasol Octogonal	3.900	4.844	6.016	7.472	9.280	31.512						

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 38.

Estado de Resultados.

Estado de Resultados Presupuestado.					
	Años				
	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas Presupuestadas	9.000	11.178	13.883	17.243	21.416
TOTAL VENTAS	9.000	11.178	13.883	17.243	21.416
(-) Costos de ventas Tina Hidromasajes géminis (para 2 personas)	1.962	2.354	2.825	3.390	4.068
(-) Costos de ventas Hidromasaje girasol Octogonal	2.529	3.035	3.642	4.370	5.244
(-) Costos de ventas Hidromasaje Egipcia	1.368	1.642	1.970	2.364	2.837
TOTAL COSTO VENTAS	5.859	7.031	8.437	10.124	12.149
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	3.141	4.147	5.446	7.118	9.266
COSTOS Y GASTOS	5.859	7.031	8.437	10.124	12.149
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	3.141	4.147	5.446	7.118	9.266

Nota. Elaboración Propia.

Conclusiones.

Como cierre de este capítulo se realizará las conclusiones que se pudieron obtener a través de este trabajo de investigación:

- El modelo de negocios Canvas, como herramienta ayuda a discernir de manera adecuada una idea de negocio, es a través de sus nueve elementos del lienzo que se puede estructurar sus procesos de forma ordenada y lógica, a pesar de los años de su creación esta sigue vigente por la manera en la que documenta el proceso creativo y administrativo.
- Se llegó a la conclusión de que existen un nicho dentro del negocio de hidromasajes y tinas de baño, dado que este trabajo de investigación tuvo como estructura el diagnostico situacional se puede afirmar que dentro de la Parroquia de Conocoto existe una demanda acerca de este tipo de productos, sin embargo para la instalación de piscinas no se encontró viable su exposición al mercado, esto debido a que según los resultados de las encuestas, muchos de los hogares de este segmento de la población no disponían del espacio geográfico para hacerlas, además del costo que involucraba su creación.
- Se demostró la importancia del modelo Canvas como una forma de realizar un emprendimiento, esta a su vez es ideal para plantearse a futuro la construcción de un negocio, su utilidad quedo demostrada por su eficiencia al documentar los pasos que se tienen que realizar, sin embargo en la formulación de futuros proyectos, esta tiene que ir acompañada de un análisis extenso acerca de la situación real del mundo en que vivimos, partiendo del contexto geográfico, social y económico en el que se encuentre en un determinado momento.

Recomendaciones

Dentro del apartado de las recomendaciones se recomendará ciertos aspectos que ayuden a mejorar la creación de dicha empresa.

- Se recomienda implementar a futuro diferentes modelos de tinas de baño e hidromasaje, con el fin de poder brindar variedad a los productos que se están tratando de vender, por supuesto implementar un catálogo puede llamar más la atención a los futuros clientes de la empresa.
- Realizar a futuro más estudios de diagnóstico situacional dentro del sector del norte y sur de Quito, para poder posicionarse y expandir sus fronteras en cuanto a captar la atención de nuevos clientes y recopilar información acerca de las realidades sociales que abundan en estos sectores.
- Generar diferentes tipos de estrategia para ejercer la sana competencia entre diferentes tipos de empresas o emprendimientos.
- Se recomienda realizar un manual de procesos que detalle el trato a los clientes, además de plantear simulacros, en caso de que se presenten percances o complicaciones y estos se puedan solucionar de la mejor manera posible.

Referencias

Acabados de Construcción – Diseño de Interiores Quito – Skedia – Diseño de consultorios. (s. f.). <https://skedia.net/services/acabados-de-construccion/>

Arias, G. (2012). *El proyecto de investigación* (6.a ed.) [Libro electrónico(PDF)]. Editorial Episteme. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>

Businnes Tup & Businnes Tup [Businnes Tup]. (2021, 5 septiembre). *¿Quién es Alexander Osterwalder?* BusinessTup. Recuperado 25 de enero de 2023, de <https://businesstup.com/quien-es-alexander-osterwalder/>

Canive, T. (2020, 7 julio). *Enfoque y características del Método Cuantitativo* | Sinnaps. Gestor de proyectos online. <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodo-cuantitativo>

CAPITULO 1 - MODELOS Y SU USO. (s. f.). <https://www.fao.org/3/w7452s/w7452s01.htm>

Clavijo, C. (2023, 20 enero). *Modelo Canvas: ¿qué es, para qué sirve y cómo se utiliza?* <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>

Coelho, F. (2016, 22 abril). *Picsina o piscina.* Diccionario de Dudas. <https://www.diccionariodedudas.com/picsina-o-piscina/>

Definición de Instalación. (s. f.). Definición ABC. <https://www.definicionabc.com/general/instalacion.php>

Definición de lienzo - Definicion.de. (s. f.). Definición.de. <https://definicion.de/lienzo/>

Definición de vínculo - Definicion.de. (s. f.). Definición.de. <https://definicion.de/vinculo/>

Diccionarqui. (2016, 9 octubre). *Significado y Definición de Bañera* | Diccionario de Arquitectura. DiccionArqui. <https://diccionarqui.com/diccionario/banera/>

Equipo editorial, Etecé. (2023, 24 enero). *Método Científico: qué es, definición, pasos y características*. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/metodo-cientifico/>

Fibra de Vidrio Que es, Usos, Fabricación, Telas, Mallas y Cables OPTICOS. (s. f.). <https://www.areatecnologia.com/materiales/fibra-de-vidrio.html>

Fierros. (2015, 15 julio). *Acabados en cerámica*. <https://www.fierros.com.co/es/noticias/acabados-en-ceramica>

Giné, S. (2020, 17 septiembre). *¿Qué es y para qué sirve la hidroterapia? - Escuela de Medicina y Sanidad*. Escuela de Postgrado de Medicina y Sanidad. <https://postgradomedicina.com/que-es-hidroterapia-beneficios-tipos/>

Herrera, D. C. F. (2015). *El modelo CANVAS en la formulación de proyectos | Cooperativismo & Desarrollo*. <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252>

Historia de las piscinas. (2020, 9 junio). Robots Piscina. <https://robotspiscina.es/historia-piscinas/>

Jacqueline, J. (2012). *El proyecto de investigación* (Quiron Ediciones, Vol. 7) [Libro electrónico]. <https://ayudacontextos.files.wordpress.com/2018/04/jacqueline-hurtado-de-barrera-metodologia-de-investigacion-holistica.pdf>

Mise, J. (2023a, enero 7). *Segmento de Clientes*. Cursos con Certificado Ministerio del Trabajo. <https://www.acavir.com/modelo-canvas/segmento-de-clientes/>

Mise, J. (2023b, enero 7). *Segmento de Clientes*. Cursos con Certificado Ministerio del Trabajo. <https://www.acavir.com/modelo-canvas/segmento-de-clientes/>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de Modelos de Negocio* (1o) [Online]. Deustro. <https://webaplicacion.apn.gob.pe/proyecto/wp-content/uploads/2021/05/Generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>

Palencia, D. (2023, 18 enero). *Diferencias entre obra negra, obra gris y obra blanca*. Cemix. <https://www.cemix.com/obra-negra-obra-gris-obra-blanca/>

Pendino, S. (2023, 23 enero). *Canvas lienzo de la Propuesta de Valor. Cómo crear una Oferta Efectiva*. Sebastián Pendino. <https://sebastianpendino.com/canvas-lienzo-propuesta-de-valor/>

Planificando: el modelo Canvas para proyectos e-learning | educativa. (s. f.). <https://www.educativa.com/blog-articulos/planificando-el-modelo-canvas-para-proyectos-e-learning/>

Plantillas para realizar el Business Model Canvas online. (s. f.). EDIT.org. <https://edit.org/es/blog/plantillas-business-canvas-model-online>

Publicado por admin. (2018, 5 diciembre). *Acabados en la construcción: tipos y ventajas | Siena TPC*. Rehabilitación de edificios e Ingeniería de Eificación | Siena TPC. <https://www.sienatpc.es/acabados-construccion/>

Rueda, D. (2022, 15 febrero). *¿Qué es el Hidromasaje?* encolombia.com. <https://encolombia.com/salud-estetica/medicina-alternativa/hidromasaje/>

Vargas, R. M. M. (s. f.). *Proyecto para la proyección y estructuración de las unidades productivas de la Fundación Ayuda a la Infancia Hogares Bambi de Bogotá por medio del modelo Canvas*. Ciencia Unisalle. https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/818/

Westreicher, G. (2022a, noviembre 24). *Recurso*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/recurso.html>

Westreicher, G. (2022b, noviembre 24). *Segmento*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/segmento.html>

Yun, T. (2022, 4 noviembre). *Canales canvas*. Modelo Canvas. <https://modelocanvas.net/canales-canvas/>

Zambrano, C. (2022, 19 enero). *Relación con los clientes*. Modelo Canvas. <https://modelocanvas.net/relacion-con-los-clientes/>

Anexos

Anexos 1

Hidromasaje Octogonal Girasol con cascada.



Anexos 2

Hidromasaje Octogonal Girasol.



Nota. Elaboración Propia.

Anexos 3

Hidromasaje Egipcia.



Nota. Elaboración Propia.

Anexos 4

Hidromasaje Egipcia con acabados.



Nota. Elaboración Propia.

Anexos 5

Tina para dos personas géminis.



Nota. Elaboración Propia.

Anexo 6

Cuestionario de las encuestas

Cuestionario

Objetivo: La siguiente encuesta busca conocer su opinión sobre tinas de baño, hidromasajes y piscinas con el objetivo de recolectar información para el análisis de estudio de mercado por parte de la población del Valle de los Chillos en la parroquia de Conocoto.

Seleccione su género:

- Masculino
- Femenino
- Otros

¿Cuál es tu edad? (Rango amplio)

- 25 años a 34 años
- 35 años a 44 años
- 45 años a 54 años
- Más de 54

¿Cuál es su nivel de ingresos promedio?

- 800 a 1200
- 1200 a 2000
- Más de 2000

1.- ¿Usted posee en su hogar tinas de baño o hidromasajes?

SI _____ NO _____

2.- ¿Le gustaría tener en su casa una piscina o hidromasajes?

SÍ _____ NO _____

3.- ¿Basados en su respuesta anterior cree que los diseños de tinas de baño deban proporcionar descanso y comodidad?

SÍ _____ NO _____

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un hidromasaje?

- 500\$ a 1200
- 600\$ a3500
- Más de 3500

5.- ¿Está satisfecho actualmente con los locales que venden este tipo de productos?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Nada satisfecho
- Insatisfecho

6.- ¿Qué factores influyen para que usted descarte la adquisición de este tipo de productos?

- Falta de espacio en su hogar
- Por el tipo de material que está hecho.
- Por falta de tiempo.
- El costo que implica hacerlo.

7.- ¿Qué factores influyen para que usted adquiera este tipo de productos?

- Reemplazo de una tina o hidromasaje
- Capacidad de usuarios que puedan entrar en ellas
- Relajación y comodidad
- Necesidad de un sitio para el aseo personal
- Tratamientos médicos

8.- ¿Dónde compra usualmente este tipo de productos?

- Home Vega
- Hydro Solar
- Kywi
- Carestino

- Keramicos
- Otros

9.- ¿Por qué medio te gustaría conocer este tipo de productos?

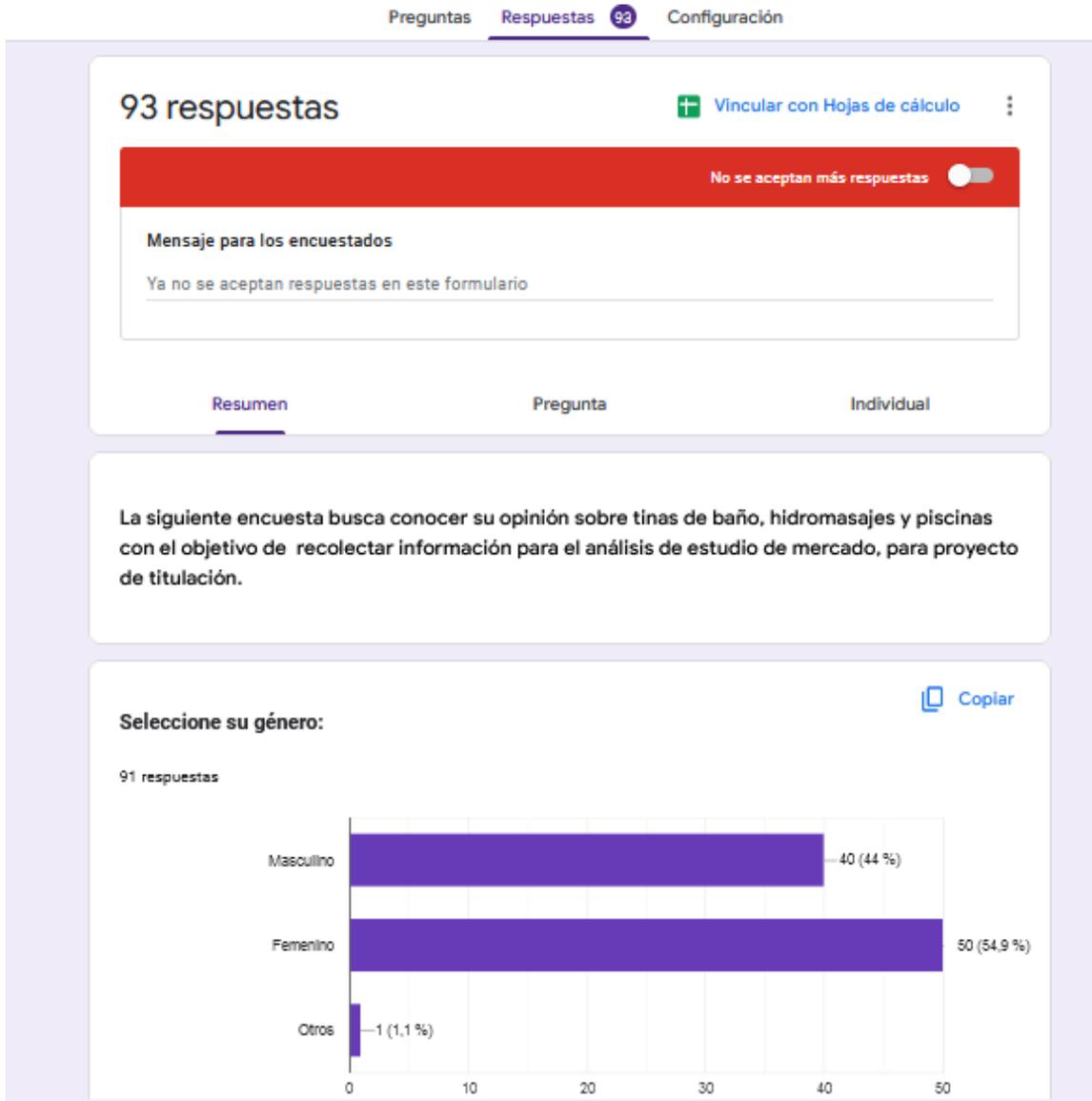
- Página web
- Redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, TikTok)
- Publicidad
- Email marketing
- Marketing tradicional (anuncio en un periódico, la distribución de merchandising,)

10.- ¿Estarías dispuesto a pagar por mantenimiento de áreas húmedas como lo son piscinas e hidromasajes?

SI _____ **NO** _____

Anexo 7

Evidencia de que se hizo la encuesta en google forms



Anexo 8

Certificado de Anti plagio agosto 2022

