



Tecnología Superior en Administración

Título de la propuesta: **Modelo de negocio CANVAS para la creación de Óptica Luz Visión Quito**

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

Autor: Barzallo Valencia, Michelle Alexandra

Tutor: Dra. Cadena Quelal, Evelyn del Carmen

Quito, Marzo 2023

Constancia de aprobación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto:

Modelo de negocios CANVAS para la creación de la óptica Luz Visión Quito, presentado por la Srta. Barzallo Valencia Michelle Alexandra para optar por el Título de Tecnólogo Superior en Administración, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que designe.

En la ciudad de Quito a los 10 días del mes de marzo del 2023

Dra. Cadena Quelal, Evelyn Del Carmen

No. C.I. 0400920344

Declaratoria de Responsabilidad

Yo, Barzallo Valencia Michelle Alexandra con cedula de identidad 172345625-5, en calidad de egresado de la carrera de Administración promoción 1-4 TSADQ3, declaro que los contenidos de este trabajo de titulación, requisito previo a la obtención del grado de Tecnología Superior en Administración, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 10 de marzo del 2023

Atentamente,

Barzallo Valencia, Michelle Alexandra

Cedula I.: 172345625-5

Dedicatoria

Deseo iniciar dedicando este trabajo a Dios por haberme brindado la oportunidad de llegar a este punto en mi vida, fortaleciéndome e iluminándome en cada paso. A mi madre, hermanos y novio por ser parte fundamental en mi vida, con su aporte en mi educación y vida personal.

Barzallo Valencia, Michelle Alexandra

Agradecimiento

Agradezco a Dios principalmente por darme la sabiduría y entendimiento en todo el desarrollo de este proyecto y la terminación de una etapa más de mi vida. A mi madre, hermanos y novio, quienes me han apoyado en cada paso de mi carrera, con su cálido apoyo emocional estando en los momentos más desafiantes de mi vida. A cada uno de los maestros que estuvieron presentes en el transcurso de mi carrera brindando sus conocimientos y aportes profesionales.

Barzallo Valencia, Michelle Alexandra

Resumen

El aplicar el modelo de negocio CANVAS en la creación de la óptica Luz Visión, responde no solo la iniciativa de generar esta necesidad como un emprendimiento, sino que garantiza la optimización de recursos tanto humanos como financieros que se permite concentrar en cada segmento del modelo de negocio.

En el capítulo I del siguiente proyecto de investigación, se realizó una introducción del planteamiento del problema que se genera posterior al análisis causal basado en el tema propuesto. Seguidamente, se describe el propósito del proyecto y se puntualiza el marco teórico con las respectivas definiciones importantes para el desarrollo del trabajo antes mencionado.

El capítulo II tiene como finalidad exponer el diseño metodológico referido al trabajo de investigación. Además, la unidad de análisis utilizada para la obtención de los resultados, los que sirvieron como medio de apoyo al desarrollo de las necesidades para creación de la óptica Luz Visión Quito, en otro orden en este capítulo, además se detalla el análisis de cada pregunta realizada a los encuestados.

En el capítulo III, construye la propuesta del proyecto plasmado en el modelo Canvas y se desarrolla sus nueve elementos; por lo que se considera un modelo de negocio la creación de la óptica Luz Visión Quito. Además, se tomó en cuenta los beneficios que se obtendrá de este proyecto, como una oferta de valor al plan inicial.

Palabras Claves: Óptica, Modelo Canvas, emprendimiento, negocio, diseño.

Abstract

Applying the CANVAS business model in the creation of the Luz Visión optics, responds not only to the initiative to generate this need as a venture, but also guarantees the optimization of both human and financial resources that can be concentrated in each segment of the business model. business.

In chapter I of the following research project, an introduction to the problem statement that is generated after the causal analysis based on the proposed theme was made. Next, the purpose of the project is described and the theoretical framework is specified with the respective important definitions for the development of the aforementioned work.

Chapter II aims to expose the methodological design referred to the research work. In addition, the unit of analysis used to obtain the results, which served as a means of support for the development of the needs for the creation of the Luz Visión Quito optician, in another order in this chapter, the analysis of each question is also detailed. made to the respondents.

In chapter III, he builds the project proposal embodied in the Canvas model and its nine elements are developed; For this reason, the creation of the optician Luz Visión Quito is considered a business model. In addition, the benefits that will be obtained from this project were taken into account, as a value offer to the initial plan.

Keywords: Optics, Canvas Model, entrepreneurship, business, design

Índice

Constancia de aprobación del Tutor	ii
Declaratoria de Responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Índice.....	viii
Índice de Figuras.....	xi
Índice de Tablas	xii
Introducción	1
Tema	2
Planteamiento del Problema	2
Formulación del problema	3
Idea a defender.....	3
Justificación	3
Objetivos	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Líneas y Sub líneas de Investigación	4
Capítulo I	6
1.1 Marco Teórico.....	6
1.1.1 Emprendimiento.....	6
1.1.2 Modelo Canvas.....	8
1.1.3 Óptica.....	14
1.1.4 Luz visión.....	15

1.2 Marco Conceptual.....	19
CAPITULO II.....	20
2.1 Marco Metodológico.....	20
2.1.1 Enfoque de investigación.....	20
2.2 Tipos de la Investigación	20
2.2.1 Investigación Exploratoria.....	20
2.2.2 Investigación de Campo.....	20
2.2.3 Investigación Bibliográfica.....	20
2.3 Métodos.....	21
2.3.1 Deductivo.....	21
2.3.2 Inductivo	21
2.3.3 Analítico.....	21
2.3.4 Histórico.....	21
2.4 Recolección y procesamiento de datos	21
2.5 Población y Muestra	22
2.5.1 Calculo de la muestra.....	22
2.6 Técnicas	22
2.6.1 Encuesta.....	22
2.6.2 Entrevista	30
CAPITULO III.....	33
3.1 Segmentación de mercado	33
3.1.1 Segmentación Geográfica	33
3.1.2 Segmentación Psicográficas.....	33
3.2 Propuesta de Valor.....	34
3.3 Canales.....	36
3.4 Relación con el cliente	37
3.5 Fuentes de Ingresos.....	38

3.5.1 Pronóstico de ventas de la óptica Luz Visión	39
3.6 Recursos Claves	40
3.6.1 Humanos	40
3.6.2 Físicos- Tecnológicos	41
3.6.3 Financiero	41
3.7 Actividades Claves.....	42
3.8 Aliado Clave	44
3.9 Estructura de costes.....	45
Conclusiones	52
Recomendaciones	53
Bibliografía	54
Anexos	56
Anexo 1	56
<i>Anti plagio</i>	56
4.1 Marco Legal	57
4.1.1 Nombre de la empresa	57
4.1.2 Escritura de la Constitución de la Compañía.....	57
4.1.3 Registro Mercantil	57
4.1.4 Inscripción en la Súper Intendencia de compañías	58
4.1.5 Registro Único de Contribuyentes (RUC)	58
4.1.6 Requisitos generales para todos los establecimientos.....	58
4.1.7 Permisos.....	59
4.1.8 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.....	59
4.2 Encuesta	60
4.3 Entrevista	62

Índice de Figuras

Figura 1	10
Figura 2	21
Figura 3	39
Figura 4	43
Figura 5	51
Figura 1 <i>Encuesta</i>	23
Figura 2 <i>Encuesta</i>	24
Figura 3 <i>Encuesta</i>	25
Figura 4 <i>Encuesta</i>	26
Figura 5 <i>Encuesta</i>	27
Figura 6 <i>Encuesta</i>	28

Índice de Tablas

Tabla 1	4
Tabla 2	5
Tabla 3	33
Tabla 4	33
Tabla 5	34
Tabla 6	37
Tabla 7	38
Tabla 8	38
Tabla 9	39
Tabla 10	40
Tabla 11	40
Tabla 12	41
Tabla 13	42
Tabla 14	42
Tabla 15	44
Tabla 16	44
Tabla 17	45
Tabla 18	46
Tabla 19	46
Tabla 20	47
Tabla 21	47
Tabla 22	48
Tabla 23	48
Tabla 24	48
Tabla 25	49
Tabla 26	49
Tabla 27	50
Tabla 1 <i>Encuesta</i>	23
Tabla 2 <i>Encuesta</i>	24
Tabla 3 <i>Encuesta</i>	25
Tabla 4 <i>Encuesta</i>	26
Tabla 5 <i>Encuesta</i>	27
Tabla 6 <i>Encuesta</i>	28

Introducción

En el presente trabajo de investigación del modelo CANVAS para la creación de la óptica Luz Visión Quito, ubicado en el sector de la Mariscal Sucre al norte de la ciudad, surge como idea satisfacer la demanda de personas que viven, trabajan o circulan a los alrededores del barrio que utilizan lentes con diferentes estilos y necesidades bajo parámetros de calidad y a la vez aportar con el desarrollo económico de la sociedad.

La escasa existencia de emprendimientos que han tenido éxito y han logrado posicionarse en el tiempo, hace que el proyecto mencionado se base en el modelo de negocio CANVAS como punto de partida ya que gracias a su lienzo simplificado y amigable permitirá de una forma más sencilla analizar cada uno de los segmentos que ayuden cumplir con los objetivos planteados.

La óptica Luz Visión brindará servicios de examen visual para la realización de lentes con medida y se ofrecerá una gran variedad de armazones para los diferentes tipos de gustos y de excelente calidad, se contará con personal profesional y capacitado orientados al servicio con modernos equipos e instrumentos para obtener correctos resultados en la agudeza visual del paciente y lograr complacer la expectativa del mismo y de esa manera se consiga obtener su recomendación con sus familiares y amistades.

Tema

Modelo de negocio CANVAS para la creación de óptica Luz Visión Quito.

Planteamiento del Problema

La óptica de lentes es una industria que ha evolucionado significativamente a lo largo de la historia. Los primeros lentes ópticos se fabricaron en Europa durante el siglo XIII, y se utilizaron inicialmente como lentes de aumento para la lectura. Sin embargo, no fue hasta el siglo XVII que se descubrió que los lentes podían corregir problemas de visión como la miopía y la hipermetropía. Durante los siglos XVIII y XIX, la óptica de lentes experimentó un gran avance gracias al desarrollo de la tecnología de pulido de lentes de mayor calidad y precisión, lo que a su vez permitió una corrección más efectiva de los problemas de visión.

Desde entonces, las aplicaciones de lentes ópticos han seguido evolucionando con la introducción de nuevas tecnologías materiales. Lo cual permite una corrección efectiva de los problemas de visión y mejorar la calidad de vida de millones de personas en todo el mundo.

En Ecuador a lo largo de los últimos años, las ópticas han tenido una participación alta en el mercado empresarial, donde se ha evidenciado el incremento de personas que tienen dificultades visuales y el interés en cuidar de su salud visual.

En la ciudad de Quito, al ser una de las ciudades más grandes del Ecuador, existe bastante competencia, pero la falta de personal capacitado y la de analizar los diferentes segmentos del modelo de negocio en ellos, hace que no tengan éxito. De tal manera que se ha visto la necesidad y la gran oportunidad de establecer una óptica de lentes en el sector La Mariscal Sucre ya que es un sitio estratégico donde se ha evidenciado ser una zona muy comercial y transitada para el emprendimiento Luz Visión, que cumpla con los estándares de calidad, con una infraestructura óptima, equipos tecnológicos y recursos humanos; enfocado a ofrecer nuevas innovaciones de servicios que satisfaga las necesidades de los clientes y por supuesto generar fuentes de empleo.

Bajo los principios descritos, se fundamenta la siguiente pregunta de investigación:

Formulación del problema

En el sector de la Mariscal Sucre existe una población con una edad que supone la necesidad de lentes, en las cercanías de este sector no existe ópticas que satisfagan estas necesidades, por lo que sería factible la creación de una óptica aplicando el modelo de negocio CANVAS.

Idea a defender

La creación de una óptica en el sector la Mariscal Sucre satisficará la necesidad de lentes en la población con edades requirentes del servicio.

Justificación

La idea de la óptica Luz Visión nace con la perspectiva de emprender un proyecto rentable y beneficioso para la comunidad, ofreciendo salud visual y calidad diferenciadora en los productos y servicios que se preste al público y a su vez brindar una experiencia única y novedosa con lo cual los mismos se sientan satisfechos y puedan regresar y recomendar a su círculo de allegados.

La necesidad de realizar un modelo de negocio CANVAS para la creación de la óptica es innovar al cumplir con estándares avanzados y al contar con el personal profesional capacitado para este negocio de forma óptima e inmediata. Contar con ideas creativas e innovadoras siempre y cuando se consideren conceptos teóricos para su implementación gracias a los conocimientos adquiridos durante el proceso de enseñanza aprendizaje en el Tecnológico Pichincha se apalancó la ejecución de la viabilidad del modelo de negocio para la creación de la óptica Luz Visión.

El emprendimiento se va a iniciar en el sector Mariscal Sucre al norte de la ciudad de Quito ya que es un lugar muy transitado y comercial en el cual se visualiza una buena proyección para la realización de este tipo de negocio ofreciendo a los moradores gran atención y calidad de servicios sin migrar a otros lugares.

Gracias a la experiencia adquirida por varios años en cuanto a proveedores y laboratorios se cuenta con los contactos y referencias necesarias de personas comprometidas en el área de materiales ópticos a precios justos y competitivos en el mercado, que ofrecen

productos de variedad y calidad, logrando de esta manera obtener un ahorro y la oportunidad de iniciar una carrera audaz fortalecida en la estabilidad laboral.

Se cuenta con el capital necesario a través del ahorro personal de \$10000,00 y del crédito aprobado de \$5000,00 en el banco pichincha los cuales serán suficiente para concretar el modelo de negocio tal como ha sido planteado.

Objetivos

Objetivo General

Crear la Óptica Luz Visión mediante el modelo de negocio CANVAS para dar servicio al mercado requirente.

Objetivos Específicos

- Fundamentar de manera teórica la implementación del modelo de negocio CANVAS para la creación de la óptica Luz Visión en el sector La Mariscal Sucre.

- Realizar un diagnóstico de la realidad que permita conocer el nicho de mercado y las características para poder implementar el modelo de negocio CANVAS para la creación de la óptica Luz Visión en el sector La Mariscal Sucre.

- Desarrollar cada uno de los nueve elementos que componen el modelo CANVAS para la creación de la óptica Luz Visión en el sector La Mariscal Sucre.

Líneas y Sub líneas de Investigación

Tabla 1

Líneas y Sub Líneas de Investigación.

Tema de investigación	Modelo Canvas para la creación de óptica Luz Visión Quito
Línea de investigación de la carrera	Promover una sociedad participativa.
Sublíneas de Investigación de la carrera	Emprendimiento e innovación.

Fuente: Información proporcionada por Instituto Tecnológico Pichincha.

Elaborado por: Michelle Barzallo

Tabla 2*Materias Integradoras*

	MATERIAS INTEGRADORAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJES
Ejes de formación	Administración de Presupuestos	Planeación, organización y control de los recursos humanos y materiales. Entiende la importancia de los presupuestos como reflejo cuantitativo de los objetivos y herramienta de evaluación del actuar empresarial, así como técnica de planeación financiera.
	Estadística	Recopilación, descripción y análisis de datos.
	Metodología de la investigación	Proceso de investigación. Resolución al problema. Justificación de la investigación. Analiza la utilidad del manejo de fuentes de información.
	Contabilidad	Formación de presupuestos, normas de control y estimación de precios. 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.
	Marketing para emprendedores	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.
	Finanzas Corporativas	Calcula la viabilidad y rentabilidad de inversiones, mediante la valoración de diferentes indicadores que administran el riesgo y el rendimiento

Nota: Información proporcionada por Instituto tecnológico Pichincha al respecto de materias integradoras

Capítulo I

1.1 Marco Teórico

1.1.1 *Emprendimiento*

1.1.1.1 Definición

“Proviene de la palabra francesa *Entreprendre* que significa “Hacer algo” y que fue usado en la edad media para “una persona que es activa, que consigue las cosas haciéndolas” (Martha & Romeo, 2014, pág. 15).

Empieza con una idea motivadora o una necesidad que involucra todas las funciones y tareas que puedan crear estrategias y oportunidades para empezar a crear una nueva actividad, que permita superar la competitividad y alterar los crecientes problemas económicos (Cerro, 2016).

1.1.1.2 Importancia

Al crear o innovar una actividad económica se generan empleos para el fundador y para otros empleados. Esto ayuda a reducir la tasa de desempleo y aumentar el bienestar económico de la sociedad con nuevos negocios para satisfacer las necesidades o exigencias de la población, permiten incrementos de productividad (Schumpeter, 1934).

Tiene un papel principal al momento de introducir innovaciones en el mercado, dando protagonismo a nuevos productos o servicios, entre las variables más importantes se encuentran la tolerancia al riesgo, la alerta ante las oportunidades y la autoconfianza de los propios individuos que deja atrás al ámbito del capital humano, la educación y la experiencia (Lucio & Javier, 2015).

1.1.1.3 Características

Involucra desafíos, riesgos y logros en un proceso en el que existirá tanto frustraciones como grandes satisfacciones mientras que el negocio tome impulso, por lo cual se requiere de flexibilidad y creatividad para aprender de cada experiencia y visualizar las oportunidades de mejora que se presenten (Cerro, 2016).

1.1.1.4 Beneficios

Aporta estabilidad laboral al no depender de un empleo convencional adquiriendo disciplina, capacidad de innovación y organización a más de la satisfacción de llevar a cabo un proyecto que produce experiencias suficientes que se transforman en aprendizajes que desarrollará la autonomía suficiente para obtener mayor libertad al tomar decisiones, hacer cambios e invertir (Zamora Boza, 2018).

1.1.1.5 Clientes

Es toda persona o entidad que adquiere los productos o servicios que ofrece una empresa por algún tipo de intercambio. El cliente es fundamental en cualquier negocio ya que mantiene una relación comercial y ésta puede ser inicial, esporádica o habitual a través de su satisfacción y fidelidad (Thompson , 2005).

1.1.1.6 Tipos de clientes

Actuales:

Son aquellas personas que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en el pasado, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y son muy importantes para mantener la estabilidad y crecimiento del negocio (Paz Couso, 2005).

Potenciales:

Son aquellos que aún no han realizado una compra a la empresa pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro. Son personas que han mostrado interés en los productos o servicios de la empresa y, por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros (Paz Couso, 2005).

1.1.1.6 Emprendimiento en Ecuador

La población ecuatoriana a menudo enfrenta dificultades económicas, como el desempleo o la falta de oportunidades laborales. Ecuador es posicionado como uno de los países más emprendedores de Latinoamérica, sin embargo, los negocios no son sostenibles en el tiempo ya que carecen de innovación y competitividad reflejando que la mayoría de emprendimientos surgen por necesidad más que por oportunidad (Borja, 2021).

1.1.2 Modelo Canvas**1.1.2.1 Definición**

El modelo de negocio Canvas es una herramienta utilizada para describir, analizar y diseñar modelos de negocio de una empresa. Es una plantilla visual para agregar valor a las ideas de cualquier negocio independientemente si éste es grande o pequeño, a que se dedica o cuál es su objetivo ya que permite a los empresarios y emprendedores comprender los componentes clave de su empresa (Ferreira, 2015).

Es una lista de misión que ayuda analizar de una manera sencilla los diferentes componentes que forman parte de una idea de negocio que permite a las empresas analizar y diseñar su modelo de negocio de manera visual y clara, dividido en nueve módulos que se

encuentran interconectados entre sí, que facilitan realizar cambios antes de ejecutar un proyecto, garantizando éxito y rentabilidad en los negocios (Santandreu & Canos, 2014).

1.1.2.2 Importancia del modelo CANVAS

Es la práctica ideal para comprender y presentar un modelo de negocio de forma objetiva y estructurada desde el principio e impulsar el éxito de la empresa ya que permite identificar oportunidades de crecimiento y expansión, ya sea mediante la creación de nuevos productos o servicios (Miguel, 2021).

La empresa o emprendedor obtiene beneficios que van desde el aumento de la capacidad de observación, hasta generar un enfoque de la idea desde distintas perspectivas que facilitan la toma de decisiones estratégicas y operativas, ya que permite identificar las áreas donde se deben realizar ajustes o mejoras y crea una visión global e innovadora para ingresar en el mercado, afianzarse y proyectarse a futuro (Alcalde, 2017).

1.1.2.3 Características

Este modelo utiliza un modo atractivo, visual, flexible, centrada en el cliente y fácil de entender que se enfoca en la generación de valor y permite el trabajo en equipo. Siendo una estructura creada para emprendedores y empresarios de todo el mundo con el fin de identificar los costos asociados con la operación del negocio y las fuentes de ingresos esenciales para la rentabilidad y éxito de la empresa (Santandreu & Canos, 2014).

Es un plan extremadamente eficaz que permite a las empresas identificar los segmentos clave de clientes y sus necesidades. Esta herramienta ayuda a crear propuestas de valor únicas y diferenciadas que tendrán grandes posibilidades de éxito que pueden vincular sus productos y los de sus clientes entre sí (Miguel, 2021).

1.1.2.4 Aplicación

La propuesta de valor se utiliza a un segmento de clientes que los tienen que hacer a través de unos canales de distribución comerciales, Internet, tiendas. Con actividades y los

recursos clave, es decir, lo que obligatoriamente tienes que hacer y lo que es crítico dentro de tu modelo de negocio, y los socios clave con los que vas a trabajar (Ferreira, 2015).

Osterwalder & Pigneur (2016) mencionan que “esta herramienta es parecida al lienzo de un pintor donde esbozan modelos de negocio nuevos o existentes. Se trata de un instrumento práctico, fomenta la comprensión, el debate, la creatividad y el análisis” (pág.23). El lienzo del Modelo Canvas es la visión integradora del conjunto, siendo guía que se adapta a cualquier emprendedor para analizar y examinar su proyecto.

Figura 1

Modelo de negocio CANVAS



Nota: Lienzo CANVAS con los 9 cuadrantes o segmentos. Fuente: Tomado de (Google, 2023).

1.1.2.5 Segmentos del modelo Canvas

El modelo Canvas es una herramienta de planificación estratégica que permite a los usuarios visualizar y diseñar modelos de negocio de manera eficaz, está compuesto por nueve segmentos que a continuación se describe:

1.1.2.5.1 Segmento de clientes

Este elemento se refiere a los diferentes grupos de clientes a los que se dirige la empresa para definir cuál va a ser su público objetivo y para ello se debe recolectar y analizar información de manera apropiada y efectiva la cual requiere una estrategia que permita conocer los requerimientos de los clientes a los cuales está dirigido el producto o servicio.

Santandreu & Canos (2014) puntualiza lo siguiente:

Los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes (rentables), y es posible aumentar la satisfacción de los mismos agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes. Un modelo de negocio puede definir uno o varios segmentos de mercado, ya sean grandes o pequeños. Las empresas deben seleccionar, con una decisión fundamentada, los segmentos a los que se van a dirigir y, al mismo tiempo, los que no tendrán en cuenta. (pág. 87)

1.1.2.5.2 Propuesta de valor

Es la forma en que la empresa aborda las necesidades y deseos de sus segmentos de clientes para que elija su producto o servicio. Las diversas propuestas que oferten las empresas harán que el consumidor se incline por un producto o por otro y por ello debe ser clara y diferenciada de la competencia, y debe proporcionar una solución única a los problemas o necesidades de los clientes.

Osterwalder & Pigneur (2016) menciona que:

La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se decante por una u otra empresa; su finalidad es solucionar un problema o satisfacer una necesidad del cliente. 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. (pág. 53)

1.1.2.5.3 Canales

“Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes” (Osterwalder & Pigneur, 2016, pág. 56). Este elemento es clave para el modelo Canvas y se refiere a los diferentes medios que utiliza una empresa para llevar su propuesta de valor a los clientes. Da a conocer los servicios y productos que ofrecen al mercado y a sus clientes. Los canales pueden ser físicos o digitales, y su elección dependerá en gran medida del tipo de negocio y del segmento de clientes al que se dirige la empresa.

1.1.2.5.4 Relación con los clientes

Es fundamental para el éxito de cualquier empresa. Una buena relación con los clientes puede ayudar a mejorar la satisfacción del cliente, aumentar la lealtad del cliente y por ende agrandar las ventas y ganancias de la empresa. Para ello es necesario que, todo el equipo este bien capacitado, desde los ejecutivos que buscan estrategias para la captación de nuevos clientes, hasta los colaboradores que están en contacto directo con el cliente.

Osterwalder & Pigneur (2016) puntualiza lo siguiente:

“Las empresas deben definir el tipo de trato a establecer con cada segmento de mercado, la relación puede ser personal o automatizada. Están basadas en los fundamentos siguientes:

- Captación de clientes
- Fidelización de clientes
- Estimulación de las ventas” (pág. 61).

1.1.2.5.5 Fuente de ingresos

Determina cómo una empresa obtiene sus ingresos y garantiza su estabilidad financiera y su capacidad para crecer y expandirse. La ganancia económica es la razón principal por la que se establece un negocio, es necesario constituir estrategias y crear varios métodos de cobro que se ajusten a la necesidad del cliente (Osterwalder & Pigneur, 2016).

1.1.2.5.6 Recursos claves

Para brindar un servicio de calidad se requiere recursos personalizados necesarios para que una empresa pueda crear, producir y ofrecer su propuesta de valor. Estos recursos pueden ser físicos, financieros, intelectuales o humanos. Es importante que las empresas identifiquen y administren cuidadosamente sus recursos para garantizar su eficacia y eficiencia en el mercado (Osterwalder & Pigneur, 2016)

1.1.2.5.7 Actividades claves

Son actividades que se deben realizar de manera prioritaria para garantizar que la empresa esté cumpliendo con sus objetivos estratégicos y su misión general en el correcto funcionamiento de la empresa y para el desarrollo a corto, mediano y largo plazo.

Osterwalder & Pigneur (2016) conceptualiza de la siguiente manera:

“Son acciones importantes que emprende una empresa para tener éxito, son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos” (pág. 55).

1.1.2.5.8 Asociaciones claves

Las empresas crean alianzas para mejorar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos. Se puede hablar de cuatro tipos de asociaciones:

- “Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
- Competición: asociaciones estratégicas entre empresas competidoras.
- Joint Ventures: (empresas conjuntas) para crear nuevos negocios
- Relaciones cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros” (Osterwalder & Pigneur, 2016).

Al establecer alianzas con organizaciones relevantes, una empresa puede beneficiarse de recursos y conocimientos adicionales, mejorar su reputación y aumentar su alcance y rentabilidad.

1.1.2.5.9 Estructura de costes

Se utiliza para identificar y analizar los costos involucrados en la operación de un negocio. Es importante que una empresa comprenda su estructura de costos y los diferentes tipos de costos que incurre para poder planificar y administrar sus recursos de manera efectiva. Una estructura de costos bien administrada puede ayudar a una empresa a maximizar sus ganancias y mejorar su competitividad en el mercado.

Osterwalder & Pigneur (2016) plantea lo siguiente:

La creación, la entrega de valor, el mantenimiento de las relaciones con los clientes y la generación de ingresos tienen un costo. Una vez que se han definido los recursos, las actividades y las asociaciones clave son relativamente fáciles de calcular. Algunos modelos de negocio implican más costos que otros. (pág. 76)

1.1.3 Óptica

1.1.3.1 Definición

Es la ciencia que estudia la luz siendo una de las ramas más antiguas de la física. Esta se basa en el concepto de rayo luminoso como trayectoria que siguen las partículas materiales emitidas por los cuerpos luminosos. Es una rama fundamental en la medicina moderna, y tiene numerosas aplicaciones en el diagnóstico y tratamiento de enfermedades visuales (Cadena, 2018)

1.1.3.2 Funciones

Es un establecimiento que se dedica a la venta de productos ópticos, como gafas, lentes de contacto, lentes oftálmicas, lentes de sol. Su función es ayudar a los clientes a seleccionar y adquirir los productos ópticos que mejor se ajusten a sus necesidades, y de proporcionar servicios de mantenimiento y reparación para garantizar la calidad y durabilidad de los productos ópticos (Méndez, 2019).

1.1.3.3 Oftalmología

Es la rama de la medicina que se ocupa del estudio y tratamiento de las enfermedades del ojo. La óptica es esencial en la evaluación y diagnóstico de las enfermedades oculares, como la miopía, la hipermetropía y el astigmatismo. También se utiliza en la fabricación de lentes correctivos y en la cirugía refractiva para corregir estos problemas de visión (Caviedes, Collado, & Gómez, 1991).

1.1.3.4 Manejo de óptica

Tiene como propósito ofrecer al lector una visión más amplia de la relación existente entre la administración ideal de una óptica o un consultorio indispensables para la adaptación adecuada de una ayuda visual. La fusión del servicio tiene como finalidad la excelencia; que solo se logra cuando el consumidor reporta satisfacción total y maximizan sus expectativas como paciente, usuario y cliente de un servicio de salud visual (Reyes, 2021).

1.1.3.5 Cuidado Visual

La vista tiene una importancia fundamental en la vida diaria y da sentido al mundo que los rodea. Sin embargo, existen algunas enfermedades de los ojos que pueden conducir a la pérdida de la visión, por lo que es importante identificar y tratar estas enfermedades lo antes posible. Cuidar la salud visual se refiere a todas las acciones y medidas que se toman para mantener la salud de los ojos y preservar una buena visión a lo largo de la vida (Cardenas, 2020).

1.1.4 Luz visión

1.1.4.1 Reseña histórica

Luz visión se crea por la experiencia y pasión que tiene mi novio en su ámbito laboral en la salud visual; y el nombre Luz proviene de su amada madre quién le transmitió la idea de

emprender un negocio rentable que ayude a mejorar la calidad de vida de los demás y visión porque es el objetivo del negocio ayudar a mejorar dando luz y claridad a sus ojos y de esta manera satisfacer a los clientes en su cuidado visual

1.1.4.2 Ubicación

El emprendimiento se realizará al norte de la ciudad de Quito en el sector La Mariscal Sucre.

1.1.4.3 Misión

Cuidar la salud visual de nuestros clientes entregando productos de calidad cumpliendo con todos los estándares establecidos por la ley y satisfaciendo sus necesidades a un precio competitivo.

1.1.4.4 Visión

Construir un lienzo entre cliente y proveedor de manera que seamos su primera opción ante la competencia siendo líderes en el mercado quiteño.

1.1.4.5 Políticas Empresariales

Política de atención al cliente:

Ofrecer una experiencia satisfactoria para los clientes. Esto puede incluir políticas de devolución y garantía de satisfacción, así como un enfoque en brindar un servicio excepcional al cliente.

Política de calidad de los productos:

Incluye trabajar con proveedores de calidad para asegurar que se utilizan materiales de calidad en la fabricación de lentes y marcos, y realizar un riguroso control de calidad antes de entregar los productos a los clientes.

Política de precios justos:

Es importante para que los clientes se sientan valorados y atraídos por los productos y servicios de la óptica. Esto implica ofrecer precios competitivos y transparentes.

Política de promoción de la salud visual:

Educar a los clientes sobre la importancia del cuidado de los ojos y la prevención de problemas de visión. Esto puede incluir la promoción de exámenes de la vista regulares y la recomendación de medidas preventivas.

1.1.4.6 Valores

Transparencia e Integridad:

Ser abiertos y honestos en cuanto a acciones y decisiones empresariales que asegura actuar de manera ética en todo momento.

Puntualidad:

Demuestra respeto, consideración y promueve la confianza entre cliente y proveedor, lo que puede ayudar a construir relaciones más positivas y exitosas.

Compromiso con la satisfacción del cliente:

Es esencial para el éxito de una óptica ya que expone la excelencia en el servicio al cliente y la calidad de productos.

Innovación y mejora continua:

Se compromete a mantenerse a la vanguardia de la tecnología y a buscar constantemente formas de mejorar la calidad de productos y servicios.

Ética y responsabilidad:

Actuar con integridad respetando los derechos y dignidad de todas las personas involucradas, juega un papel fundamental en la construcción de relaciones positivas y de confianza.

Comunicación efectiva:

Ayuda a garantizar que los miembros de la organización estén alineados en torno a los objetivos en común y que los clientes reciban información precisa y oportuna.

1.1.4.7 Productos y servicios

Luz visión ofrece una amplia variedad de productos y servicios relacionados con la salud visual y pone a su disposición:

Exámenes de la vista:

Sirven para evaluar la salud visual de un cliente y determinar si necesita lentes correctivos o tratamiento para un problema de visión.

Lentes correctivos:

Se ofrece una variedad que incluyen lentes bifocales, progresivas y lentes especiales para deportes y otras actividades.

Armazones de lentes y gafas:

Tiene a su disposición una amplia variedad de monturas con diferentes materiales, diseños, tamaños y colores, que puedan adaptarse a las necesidades y estilos de cada cliente.

Lentes de contacto:

Se ofrece una amplia variedad que incluyen lentes blandas, rígidas y lentes de contacto de uso prolongado o desechables.

Gafas de sol:

Pueden ser con y sin medida que protegen los ojos de la radiación UV del sol y reducen el deslumbramiento.

Elaboración de lunas:

Existe una gran variedad (Filtro azul, Antirreflejo, Protección UV, Policarbonato) bajo previa receta.

Asesoramiento y acompañamiento:

Se cuenta con vendedores capacitados que ayuda al cliente a tomar una decisión informada y adecuada sobre que producto o servicio comprar.

1.2 Marco Conceptual

Armazón:

Conjunto de piezas o elementos que sirve como soporte rígido de una cosa.

Lunas:

Se usan para tratar y corregir los defectos refractivos de miopía, hipermetropía, astigmatismo.

Filtro azul:

Diseñadas específicamente para reducir la cantidad de luz azul que llega al ojo.

Antirreflejo:

Consiste en un revestimiento que se aplica en ambas superficies de las lentes para disminuir el brillo que se produce como consecuencia del paso de luz reflejada sobre la lente.

Protección UV:

Son bloqueadores solares para los ojos.

Policarbonato:

Muy resistentes a los impactos, siendo la lente más segura para los usuarios.

Progresivos:

Son una combinación entre unas gafas para ver de lejos y unas gafas para ver de cerca.

Cristal:

Vidrio endurecido, transparente e incoloro.

CAPITULO II**2.1 Marco Metodológico**

Mediante el modelo de negocio CANVAS se va a desarrollar el presente trabajo de titulación, el cual permitirá diseñar el emprendimiento de manera clara y objetiva, éste se basará en la recolección de datos por medio de la encuesta y entrevista permitiendo visualizar y analizar datos estadísticos para la creación de óptica Luz Visión Quito.

2.1.1 Enfoque de investigación

La investigación presenta un enfoque mixto ya que tiene datos cualitativos y cuantitativos, la cual aportará una mejor comprensión y se obtendrá los resultados esperados que lograrán analizar los resultados de una manera ágil y eficaz.

2.2 Tipos de la Investigación***2.2.1 Investigación Exploratoria***

Se visitó el sector y se evidenció ser un lugar comercial y estratégico ya que no existen ópticas cercanas.

2.2.2 Investigación de Campo

En la aplicación de la técnica de la encuesta y entrevista, se recolecto datos verídicos de los habitantes y residentes del Sector Mariscal Sucre.

2.2.3 Investigación Bibliográfica

Se revisó libros, revistas y artículos científicos con el fin de recolectar la información necesaria para guiarse en el modelo de negocio CANVAS.

2.3 Métodos

2.3.1 *Deductivo*

Se basa en las respuestas de la entrevista que se realizó a la competencia como una referencia tratando de imitar o encontrar oportunidades de mejora para el emprendimiento.

2.3.2 *Inductivo*

Se recorrió el sector de la Mariscal Sucre y se encontró un lugar comercial y estratégico sin ópticas cercanas, lo cual hace pensar que el emprendimiento tendrá buena acogida.

2.3.3 *Analítico*

Una vez que se recolectó la información necesaria, se realizó una lectura comprensiva y se procedió a efectuar una síntesis.

2.3.4 *Histórico*

La salud visual ha evolucionado con los años gracias a los avances científicos y equipos tecnológicos; los lentes se crearon con la intención de corregir la visión de la población y así mejorar su calidad de vida, la gente que los utilizaba sufrían de Bull ying y con el paso de los años se han ido convirtiendo en un elemento más de vestir, un complemento de moda indispensable con varios estilos para los diferentes gustos sin importar género o edad.

2.4 Recolección y procesamiento de datos

Se analizará la población de la parroquia Mariscal Sucre, la cual se encuentra ubicada al norte de la ciudad de Quito

Figura 2

Mapa del sector Mariscal Sucre



Nota: Ubicación de la Mariscal. Fuente: Tomado de (Google Maps, 2023)

2.5 Población y Muestra

Para determinar a cuantas personas se deben aplicar la encuesta, se debe obtener el tamaño de la muestra; En base a la información obtenida del INEC de acuerdo al último censo realizado en el año 2010. Se establece que el número de empadronados en el Sector La Mariscal Sucre tiene una población total de 12976 la cual se considera como población económicamente activa.

2.5.1 Calculo de la muestra

Datos

n = muestra

p = 0,5

q = 0,5

e = margen de error (0,10)

Z = Nivel de confianza

N= 12976

Formula

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

$$n = \frac{12976 * (1,96)^2 * 0,25}{(0,10)^2 * (12976 - 1) + (1,96)^2 * 0,25}$$

n = 95,30

2.6 Técnicas

2.6.1 Encuesta

Como técnica de investigación, se va a utilizar la encuesta la cual está compuesta por 6 preguntas, que permitirán recolectar información pertinente sobre las necesidades de los potenciales clientes.

2.6.1.1 Análisis e interpretación de los resultados

1. ¿Valore la importancia que la empresa debe dar al cliente y la satisfacción de éste?

Tabla 1

Resultado pregunta uno de la encuesta.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	86	91%
Importante	9	9%
No es importante	0	0%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Figura 1

Resultado pregunta uno de la encuesta.



Nota: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Análisis e Interpretación:

Se puede evidenciar que la mayoría de encuestados reconocen el valor de la importancia que la empresa le debe dar al cliente, ya que ellos son la prioridad y esperan un excelente servicio y satisfacción a sus necesidades.

2. ¿Cree usted que la imagen de un negocio es importante?

Tabla 2

Resultado pregunta dos de la encuesta.

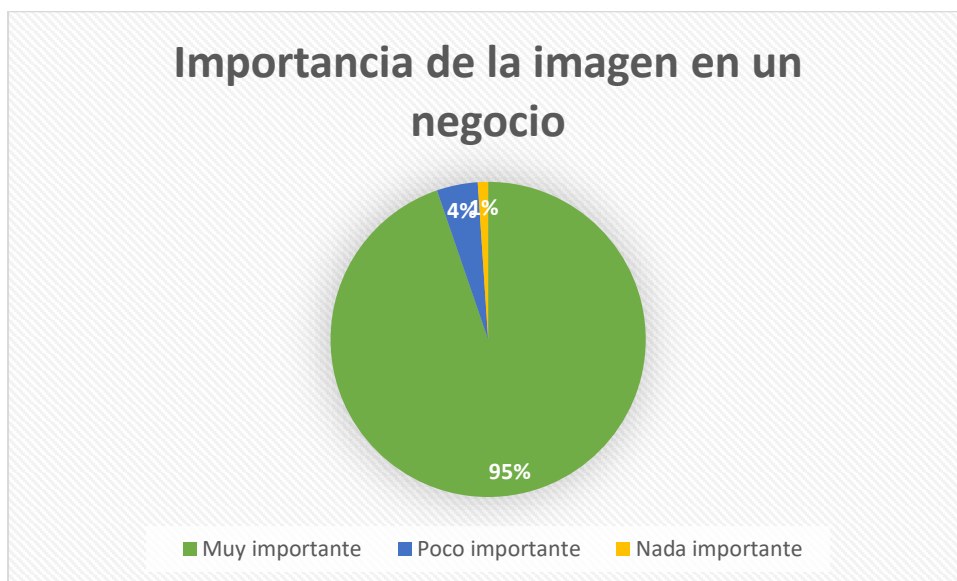
Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	90	95%
Poco importante	4	4%
Nada importante	1	1%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Figura 2

Resultado pregunta dos de la encuesta.



Nota: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Análisis e Interpretación:

Casi todos los encuestados coinciden que es muy importante la imagen de un negocio. Ya que ésta es la que vende, identifica y garantiza la calidad del producto, aportando fidelización por parte de ellos.

3. ¿La comunicación proyectada hacia usted debe ser evaluada cómo?

Tabla 3

Resultado pregunta tres de la encuesta.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	84	88%
Muy buena	9	9%
Buena	2	2%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Figura 3

Resultado pregunta tres de la encuesta.



Nota: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Análisis e Interpretación:

La mayoría de los encuestados cree que la comunicación que proyecte la empresa hacia ellos debe ser información clara y fácil de entender para que ellos puedan conocer que opciones tienen para solventar sus requerimientos o necesidades y se realice una compra satisfactoria.

4. ¿Considera usted que en un negocio se debe desarrollar actividades orientadas a la calidad en el servicio al cliente?

Tabla 4

Resultado pregunta cuatro de la encuesta.

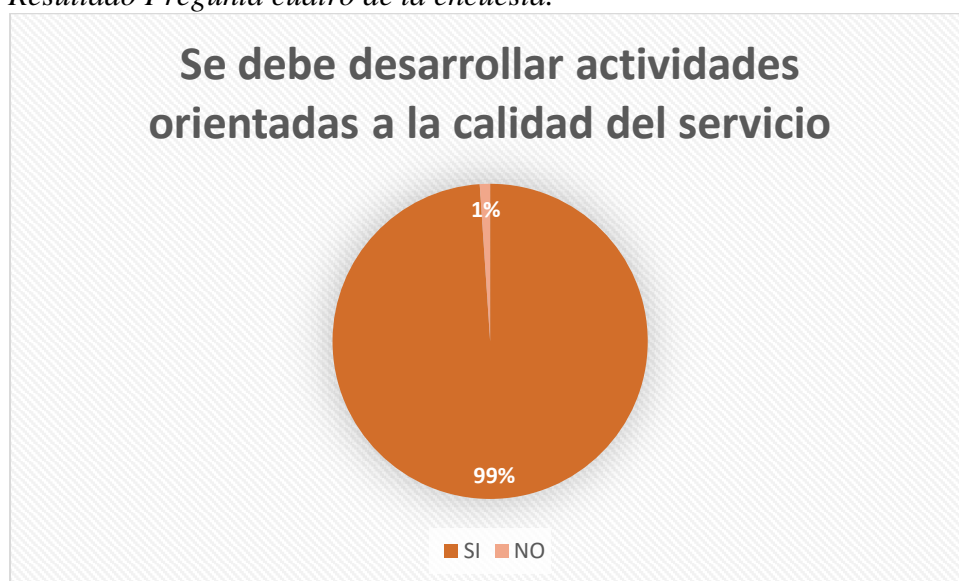
Criterio	Frecuencia	Porcentaje
SI	94	99%
NO	1	1%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Figura 4

Resultado Pregunta cuatro de la encuesta.



Nota: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Análisis e Interpretación:

Casi todos los encuestados respondieron afirmativamente a que los negocios deben desarrollar actividades y así mejorar la calidad del servicio al cliente que ofrece, ya que para ellos es muy importante obtener un excelente servicio para volver a comprar el producto y recomendar a sus familiares y amigos.

5. ¿Le gustaría que en nuestro negocio exista información al cliente y asesoramiento de compra?

Tabla 5

Resultado pregunta cinco de la encuesta.

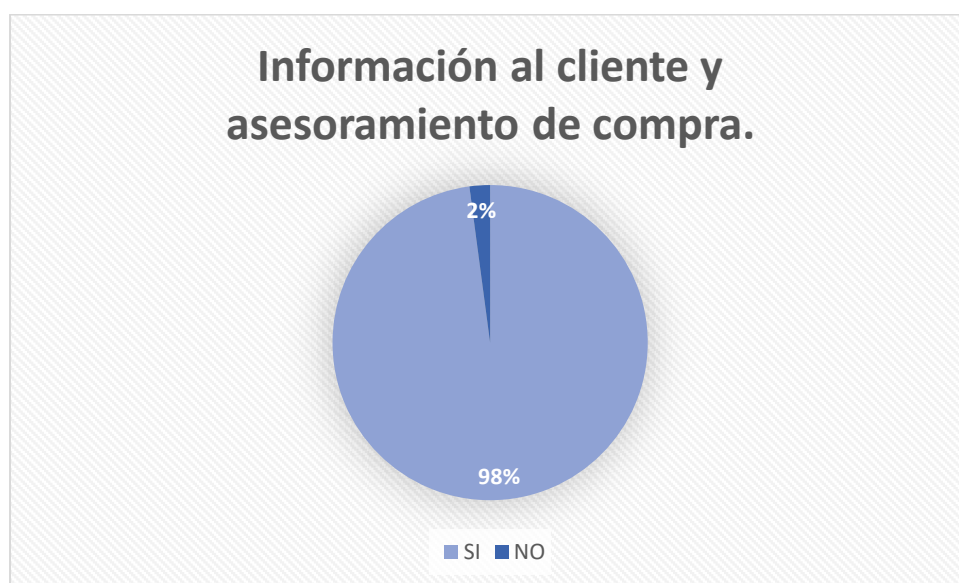
Criterio	Frecuencia	Porcentaje
SI	93	98%
NO	2	2%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Figura 5

Resultado pregunta cinco de la encuesta.



Nota: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Análisis e Interpretación:

Casi todas las personas encuestadas dijeron que les gustaría que el negocio cuente con servicio al cliente y tengan asesoramiento de compra ya que desean tener un servicio personalizado con una persona profesional y capacitada que le sepa orientar a tomar una buena decisión al adquirir un producto o servicio.

6. ¿En qué se diferenciaría la oferta de nuestro negocio en relación con otros competidores?

Tabla 6

Resultado pregunta seis de la encuesta.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Precios accesibles	16	17%
Productos de calidad	25	26%
Parqueadero y seguridad en el local	0	0%
Buen servicio al cliente	45	47%
Comunicación sencilla y entendible	3	3%
Lugar o espacio acogedor	3	3%
Ambiente familiar	3	3%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Figura 6

Resultado pregunta seis de la encuesta.



Nota: Encuesta

Elaborado por Michelle Barzallo

Análisis e Interpretación:

Casi la mitad de los encuestados respondieron que la oferta que diferenciaría al emprendimiento de la competencia sería brindar un buen servicio al cliente, seguido de ofrecer productos de calidad, y precios accesibles, mientras que la minoría optó por una comunicación sencilla, contar con un lugar acogedor y tener un ambiente familiar. Para ellos es muy importante que la empresa se enfoque en dar un excelente servicio y hacer sentir a los clientes importantes en cada momento, ofreciendo productos con gran variedad de modelos y excelente calidad a precios justos y competitivos; y de esa manera sentirse felices y satisfechos para volver a realizar compras ya sea para ellos o algún familiar, además de recomendar a sus personas allegadas.

2.6.2 Entrevista

La entrevista se realizó al señor Andrés Benítez asesor de venta de Ópticas GT.

Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad tener información clara sobre factores que conformaran el lienzo del modelo CANVAS.

1 Propuesta de valor

a) ¿Qué ofrece a sus clientes en relación con productos y servicios?

Todo tipo de elaboración de lunas para corrección visual, contamos con una gran variedad de armazones, en cuanto a servicios contamos con el área de Optometría.

b) ¿Cuáles son aquellas cosas por las que pagan sus clientes?

Los clientes pagan por la atención que se les brinda y el ambiente con espacios limpios dónde puedan sentirse a gusto.

c) ¿Por qué cree usted que los clientes vienen a su negocio?

Ofrecemos precios competitivos.

d) ¿Indique en que se diferencia su oferta de la de otros competidores?

Precios económicos.

2 Segmentos de Clientes

a) ¿Quiénes son sus clientes?

Todas las personas que tienen problemas con su visión.

b) ¿Podría describir los diferentes segmentos de clientes que visitan su negocio?

Niños, adolescentes, adultos, adultos de la tercera edad de cualquier género

c) ¿Cuál es la mayor exigencia de sus clientes?

La atención al público y la calidad del producto que se les ofrece.

3 Canales de distribución o de Comunicación

a) ¿Indique que canales de comunicación utiliza usted para dar a conocer sus productos y servicios?

Facebook

b) ¿Qué mecanismos utiliza usted para llegar a sus clientes?

Subimos fotos en nuestra cuenta de Facebook.

4 Relaciones con los clientes

a) ¿Qué tipo de relaciones a construido con sus clientes?

Una relación de respeto y cordialidad.

b) ¿Qué estrategia utiliza usted para mantener las relaciones con sus clientes?

Tener clientes satisfechos, ya que regresarán.

c) ¿Son fieles sus clientes?

Algunos sí.

5 Flujo de ingresos

a) ¿Cómo gana dinero en su negocio?

A través de la venta de lunas, armazones y por los servicios que se ofrecen en optometría.

b) ¿Cómo pagan actualmente sus clientes?

La mayoría de clientes pagan con efectivo y transferencias.

6 Recursos claves

a) ¿Qué recursos requieren las relaciones con sus clientes?

Los recursos humanos, es muy importante seleccionar a los trabajadores ya que ellos son la imagen de la institución.

b) ¿Qué recursos requieren sus canales de comunicación o distribución utilizados?

El Facebook y las personas ya que ellos son quienes están frente a los clientes en los locales.

c) ¿De los siguientes recursos cuáles han sido los más costosos en su negocio?

- *Personas*
- *Redes*
- *Instalaciones*

Ya que se invierte una considerable cantidad de dinero en adecuar el local y en la compra de equipos médicos.

7 Actividades claves

a) ¿Qué actividades han requerido sus canales de comunicación y distribución?

Relacionarse con el cliente siendo empáticos con sus necesidades.

8 Red de aliados

a) ¿Quiénes son sus aliados estratégicos más importantes?

Los proveedores ya que nos ofrecen productos a bajos precios que nos permiten dar un precio competitivo a nuestros clientes.

9 Estructura de Costos

a) ¿Cuáles son los costos más importantes en la ejecución de su modelo de negocios?

Alquiler, sueldos, servicios básicos, mantenimiento de equipos.

b) ¿Utiliza alguna forma para controlar los costos de su microempresa?

El Facebook, ya que nos evitamos de pagar por publicidad.

CAPITULO III

Propuesta

La estructura que se plantea para la creación de la óptica Luz Visión está basada en los 9 aspectos básicos del modelo CANVAS, el cual permite obtener una interpretación clara.

3.1 Segmentación de mercado

Los servicios están orientados a la población joven y adulta del sector La Mariscal Sucre quienes se encuentran en edad de demandar los servicios relacionados a la salud visual.

3.1.1 Segmentación Geográfica

Tabla 3

Segmentación geográfica

SEGMENTACION GEOGRÁFICA		
Ciudad Quito	Parroquia La Mariscal Sucre	Clima Cálido Seco- Frío Lluvioso
Cantidad de población 12976		Acceso a transporte Transporte Público, Taxis, Corredor Sur

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

3.1.2 Segmentación Psicográficas

Tabla 4

Segmentación psicográfica

SEGMENTACION PSICOGRÁFICA			
Estilo de vida Bajo-Medio	Personalidad Personas jóvenes y adultas que quieren cuidar de su salud visual y la de sus familias.	Beneficios del producto Se ofrece servicios y productos que oferte precios competitivos con lentes personalizados para satisfacer las necesidades individuales y la posibilidad de elegir entre una amplia variedad de estilos y materiales.	Uso del producto Acorde al gusto y necesidad del cliente.

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

3.2 Propuesta de Valor

En el mercado de ópticas de lentes existen varios negocios que ofertan los mismos servicios es por ello que se plantea la necesidad de una estrategia basándose en el modelo de negocios Canvas que genere un valor agregado para la creación de óptica Luz Visión; que permita diferenciarse de los otros negocios.

Ofrecer una experiencia personalizada y de alta calidad para cada cliente que incluya un asesoramiento profesional y un seguimiento personalizado del proceso de compra, proporcionar productos y servicios de alta calidad que sean asequibles y competitivos en el mercado con precios justos, brindar una amplia variedad de productos de lentes, marcas y accesorios, garantizar la satisfacción del cliente con una política de devolución clara y transparente y un servicio de reparación y mantenimiento de calidad, además entrega a domicilio gratuito.

Tabla 5

Matriz de criterios

MATRIZ CRITERIOS Y RESPUESTAS	
CRITERIOS	RESPUESTAS
Definir los precios de la competencia e identificar los precios fijos y variables	Se realizó una visita a "Óptica Los Andes" donde sus precios de lentes para visión lejana a partir de \$70, para lectura \$80 y los progresivos \$150. En "Fundación Vista Para Todos" tienen rangos de \$45 a \$100.
Identificar el tipo de Cliente que atendemos o queremos atender	El enfoque es a todas las personas que desean o necesitan cuidar de su salud visual o la de sus familiares.
Establecer siempre los medios de control para entregar calidad en productos y servicios, así como proceso de garantía de la calidad	Verificación de cumplimiento de los procesos. En la página de red social recibir recomendaciones y sugerencias de los clientes.
Identificar las frustraciones y trabajos que aliviamos del cliente en base al mapa del Perfil del cliente	Servicios a domicilio para entrega de productos para la comodidad y ahorro de tiempo del cliente.

Ambiente limpio con aroma agradable, luces en las vitrinas que destaquen y llamen la atención de los armazones.

Por el tiempo de espera ofrecer un tipo de bebida, puede ser café, gaseosa, agua aromática o simple.

Identificar las alegrías que generamos al cliente en base al Mapa del Perfil del Cliente

Confianza, Satisfacción y Gritud.

Establecer un cuadro comparativo con ventajas respecto a 2 competidores

LUZ VISIÓN	ÓPTICA LOS ANDES	FUNDACIÓN VISTA PARA TODOS
Ofrece bebida a elección	Sin opción que ofrecer por el tiempo de espera	Sin opción que ofrecer por el tiempo de espera
Entregar trabajo realizado a domicilio.	Sin opción a domicilio.	Sin opción a domicilio.

Identificar cuáles son los beneficios del cliente al adquirir el producto o servicio que nosotros vamos a aumentar para garantizar la satisfacción

Atención personalizada, personal capacitado y manejo de equipos tecnológicos

Verificar los procesos de producción o entrega de productos o servicios en busca de brindar un mejor valor. (Economías de escala o búsqueda de un mejor proveedor)

El proveedor principal será "Optec" que se encarga de importación de productos al por mayor de buena calidad.

Diseño de marca y empaque para generar mayor atracción al cliente en criterios de: Estatus, facilidad, diversión y simplicidad.



Generar desagregación de productos y servicios para brindar al cliente la posibilidad de especialización.

Servicio personalizado para que los clientes se sientan importantes y bien atendidos.

Comprobar que los materiales e instrumentos estén en buenas condiciones y dentro de los estándares de calidad.

Verificar el resultado de cada cliente que sea de su completa satisfacción.

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

3.3 Canales

Para las empresas es importante la satisfacción del cliente por lo que los canales de comunicación han ido evolucionando al paso del tiempo.

El principal canal será el local físico, ya que allí se ofrecerán todos los servicios de exámenes visuales y probador de armazones según necesidad y gusto, también serán a través de las redes sociales utilizando publicidad segmentada y promoción de ventas en Facebook, Instagram, Tik Tok y WhatsApp.

La entrega de volantes también será de suma importancia que serán entregados en el exterior del local y sectores aledaños; se colocará también en el interior del local para fácil acceso de los clientes; como se vio en la encuesta realizada otro canal relevante son las recomendaciones a través de familiares y amigos contando su experiencia y satisfacción que obtuvieron al asistir a la óptica.

Tabla 6*Tipos de Canales*

		FASES CANALES				
		Información	Evaluación	Compra	Entrega	Posventa
P R O P I E C I C O T O	Internet	<i>¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?</i>	<i>¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?</i>	<i>¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?</i>
		A través de publicaciones en las redes sociales ofertando servicios y promociones del centro.	Se abrirá un espacio en la página de la óptica con sugerencias y recomendaciones de las experiencias que tuvieron en su compra.	En redes sociales como: Facebook, Instagram y WhatsApp	Entregas a domicilio.	Enviar nuevos catálogos con promociones y descuentos.
	Tiendas Propias	Entrega de publicidad y volantes en el local	Se creará un buzón de sugerencias y recomendaciones en la óptica donde se expondrá las experiencias que tuvieron en su visita.	Cuando asistan al local de forma presencial y adquieran cualquier servicio.	Se ofrecerá un servicio de calidad y ágil sin tiempos de espera largos, además de entregas a domicilio.	Promociones en fechas especiales y cupones de descuento.

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

3.4 Relación con el cliente

La atención es fundamental y primordial en una óptica de lentes, los clientes tendrán una atención amable y personalizada respondiendo a todas sus inquietudes despejando sus dudas, el ambiente que se transmitirá será de confianza y confort donde puedan adquirir una experiencia única.

El personal será el principal contacto directo que tendrá el cliente por los servicios que se brindan dando así el direccionamiento y la asesoría de quien lo requiera. Por otro lado, la relación indirecta será por los medios tecnológicos más usados que es el WhatsApp y las redes sociales ofertando los servicios y dando a conocer sus promociones y descuentos.

Tabla 7*Tipo de relación con clientes*

TIPO	DESCRIPCION	EJEMPLIFICACION
Relación Directa	Comunicación directa y personal del personal profesional que labora en la óptica.	Al momento de dar la bienvenida al cliente. Seguimiento a reclamos, sugerencias y recomendaciones de los clientes. Presentar promociones y descuentos en los servicios más demandados.
	Interacción virtual con los clientes a través de redes sociales o medios virtuales	Atención por WhatsApp o Redes Sociales. Atención a reclamos, sugerencias y recomendaciones de los clientes. Dar a conocer ofertas promociones en las redes sociales.

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

3.5 Fuentes de Ingresos

Aquí se habla del flujo de la caja que genera el negocio de óptica de lentes por los servicios del cuidado visual como son la venta de armazones y productos orientados al cuidado de los ojos, el pago será cobrado ya sea por dinero en efectivo, transferencia bancaria o pagos con tarjeta de débito y crédito.

Se detalla los servicios que van a generar ingresos al negocio, con los mismos se prevé cubrir los gastos y adquisición de nuevos insumos.

Tabla 8*Resumen de precios por servicio*

PRECIOS POR SERVICIO	
Examen visual computarizado	\$5,00

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

Tabla 9*Resumen de precios por producto*

PRECIOS POR PRODUCTO	
Lunas para distancia	\$30,00
Lunas para lectura	\$30,00
Lunas progresivas	\$90,00
Lunas bifocales	\$80,00
Lunas con antirreflejo super hidrofóbico	\$50,00
Lunas con filtro azul	\$30,00
Lunas transition	\$127,00
Lunas en policarbonato	\$77,00
Lunas tinturadas	\$55,00
Lunas polarizadas	\$160,00
Marcos en pasta	\$12,00
Marcos metálicos	\$12,00
Marcos en titanio	\$15,00
Marcos en material TR90	\$12,00
Marcos de acetato	\$12,00
Marcos semi al aire	\$15,00
Marcos al aire	\$20,00
Lentes de contacto con medida	\$50,00
Lentes de contacto estético	\$30,00
Gafas de sol	\$25,00
Gafas para deporte	\$50,00

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo**3.5.1 Pronóstico de ventas de la óptica Luz Visión**

Se aspira vender 18 armazones de lentes diarios que se oferta desde \$12.00, de acuerdo al gusto y preferencia del cliente, se presenta a continuación:

Figura 3*Armazón en pasta para mujer CHANEL**Nota:* Elaborado por Michelle Barzallo

Tabla 10*Calculo de proyección de ventas anual*

DETALLE	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas diarias unidades	18				
ventas mes unidades	360	-	-	-	-
Ventas año(Unidades)	4.320,00	5.400,00	6.750,00	8.100,00	9.720,00
Ventas Contado (Unidades)	4.320,00	5.400,00	6.750,00	8.100,00	9.720,00
Ventas Crédito (Unidades)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Precio Venta Contado sin IVA	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00
Precio Venta Crédito	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total Venta Contado	\$51.840,00	\$64.800,00	\$81.000,00	\$97.200,00	\$116.640,00
Total Venta Crédito	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
VENTAS TOTALES	\$51.840,00	\$64.800,00	\$81.000,00	\$97.200,00	\$116.640,00

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

3.6 Recursos Claves

Hay tres recursos principales en los que se centrará el emprendimiento, que ayudará a lanzar el proyecto y su modelo para gestionarlo adecuadamente, mejorar su propuesta de valor y tratar de mantenerse competitivo en el mercado los actores claves son el personal calificado, el capital tecnológico, las alianzas estratégicas.

3.6.1 Humanos

Para mantener la óptica en funcionamiento y atender de forma rápida y oportuna, se contará con personal capacitado que den servicios orientados a la satisfacción del cliente como también en lo administrativo y publicitario.

Tabla 11*Recursos Humanos de la óptica Luz Visión*

CARGO	N° de personas	Categorización
Administrador	1	Administración
Optómetra	1	Salud
Asesor de ventas	1	Ventas
Cajera	1	Ventas

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

3.6.2 Físicos- Tecnológicos

El espacio físico juega un papel crucial en el desarrollo del proyecto, ya que es donde se recibirán a los clientes y se brindará el servicio. La distribución del local necesita un cuarto para la privacidad y disposición de máquina para los exámenes visuales, un espacio seguro para colocar el área de caja y el centro para colocar las vitrinas con los diferentes modelos de marcos.

Tabla 12

Maquinaria, Herramientas y equipos

Autorefractómetro	Papel Higiénico
Retinoscopio	Jabón Líquido
Caja de prueba	Alcohol
Tonómetro	Desinfectante
Foróptero	Algodón
Dispensador de agua	Aromatizante
Cafetera	Limpia vidrios
Computador	Escoba
Impresora térmica	Trapeador
TV	Guantes Quirúrgicos
Dispensador Toallas	Toallas

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

3.6.3 Financiero

Este recurso puede considerarse el más importante y esencial ya que involucra el capital monetario necesario para empezar a operar y llevar a cabo el proyecto. Para la implementación se va a contar con inversión inicial propio por \$10000 y préstamo de \$5000 contando con una inversión inicial de \$15000.

Tabla 13*Capital para inversión*

Socios	Capital	Porcentaje
Capital propio	10000	67%
Capital financiado	5000	33%
Total	15000	100%

*Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo***Tabla 14***Recursos Claves*

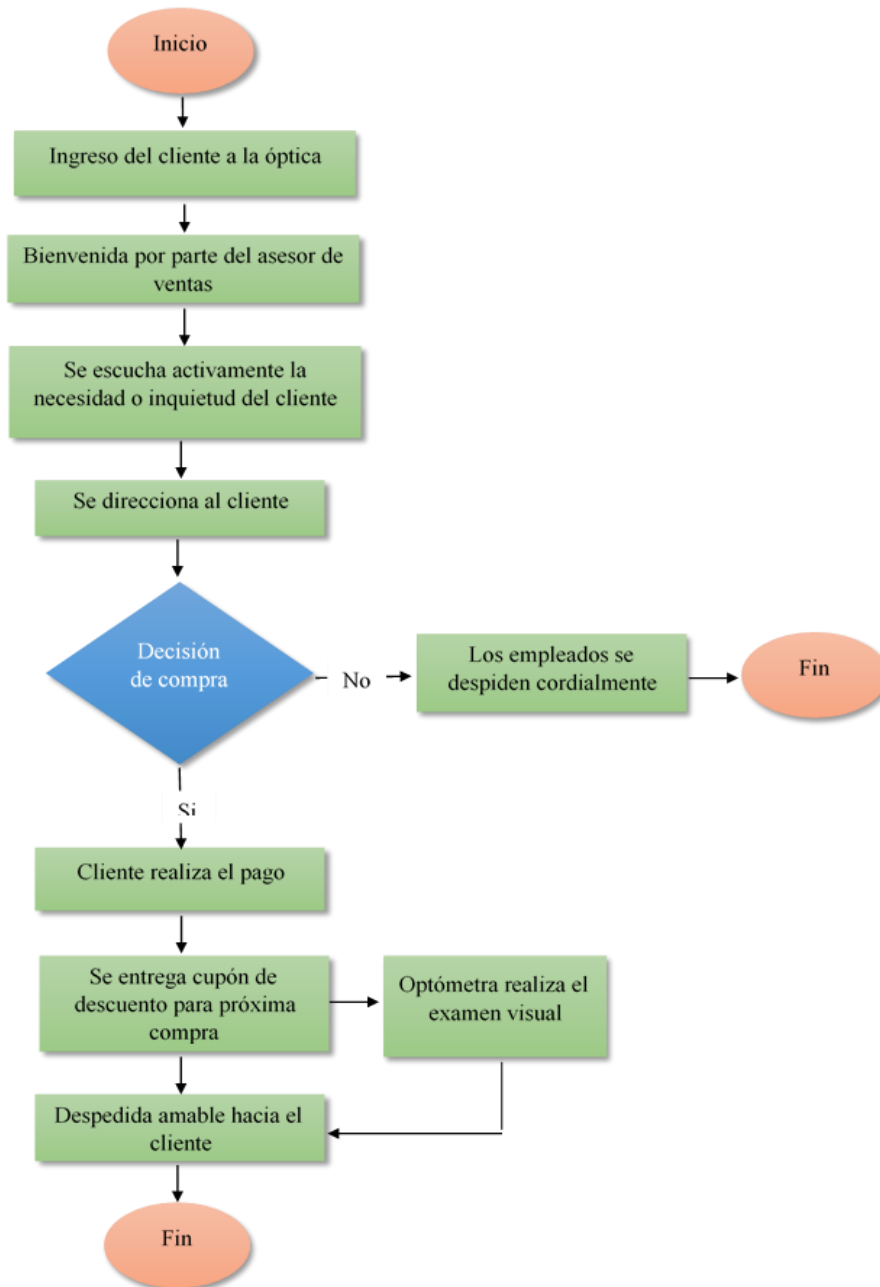
RECURSO	DESCRIPCION
Financieros	Capital propio \$10000 Financiamiento \$5000
Físicos	Infraestructura Local Muebles y enseres
Tecnológicos	Equipos de computación Equipo de facturación Maquinaria Herramientas tecnológicas
Humanos	Administrador Optómetra Asesor de venta Cajero

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

3.7 Actividades Claves

El proceso productivo se enfoca a la atención al cliente, gestión de inventario, gestión del marketing, la rapidez de brindar los servicios a los clientes, capacitación al personal, comunicación efectiva con los clientes.

A continuación, se detalla el proceso a seguir en óptica Luz Visión.

Figura 4*Flujograma de procesos*

Nota: Elaborado por Michelle Barzallo

Tabla 15*Actividades Clave*

ACCIÓN	DESCRIPCIÓN
Venta	Se le brinda una cordial bienvenida al cliente y sus acompañantes con un tono amigable, al mismo tiempo que se indaga por el servicio o producto que requiere. Se ofrece una bebida a elección para su consumo y para que su estancia sea más placentera mientras elige el producto más acorde a sus gustos y necesidades.
Servicio	La clave es la comunicación acertada que se brinde al cliente donde se le explica cómo va a ser el proceso del examen visual y de esa manera ganar la tranquilidad y confianza del cliente al estar en manos de un profesional. El optómetra organiza y limpia sus herramientas de trabajo para dar un acertado, cuidadoso y excelente servicio. El profesional empieza su trabajo de manera ágil y eficiente, presentando una imagen impecable en higiene, apariencia y amabilidad.
Control de calidad	Se debe garantizar que el producto terminado sea del total agrado y satisfacción del cliente.
Publicidad	Ofrecer a los clientes los servicios, ofertas, descuentos y de esa forma mantener una relación activa con el mismo.

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

3.8 Aliado Clave

Los aliados claves tiene un papel importante la selección de un correcto proveedor suma un gran valor a la ventaja competitiva, ellos se encargan de la distribución de marcos para llevar a cabo el negocio con productos de buena calidad.

Tabla 16*Accionista y proveedores clave*

ACCIONISTA CLAVE				
Nombre	Cédula	Dirección	Teléfono	Correo
Michelle Barzallo	1723456255	Salvador Bravo y Av. Teniente Hugo Ortiz	09983260277	miabarzallo@outlook.com

PROVEEDORES CLAVES				
Nombre Comercial	Nombre Gerente	Dirección	Teléfono	Correo
Optec	Alexandra Armijos	Av. Galo Plaza y Santa Lucía	0999035768	optec@gmail.com
Elens	Vicente Ríos	Rumiurco OE4-624 y 25 de mayo	0987654346	elen-vr@hotmail.com

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

3.9 Estructura de costes

Este es el dinero que se invierte en la creación de la óptica de lentes.

Para esta proyección se ha tomado en cuenta la última cifra de inflación prevista para el 2023 de 3.12% del Boletín Técnico n.-01-2023-IP (Ecuador en cifras,2023).

Tabla 17

Presupuesto de muebles y enseres

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Juego de escritorio	1	\$120,00	\$120,00
Silla	2	\$25,00	\$50,00
Sillones de espera	1	\$300,00	\$300,00
Vitrina pared grande	3	\$220,00	\$660,00
Vitrina giratoria	1	\$180,00	\$180,00
Mueble con espejo	3	\$15,00	\$45,00
Basurero	2	\$7,00	\$14,00
Anaqueles multiusos	1	\$70,00	\$70,00
Total			\$1.439,00
Gasto Imprevisto 5%			\$71,95
Total			\$1.510,95

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

Tabla 18*Presupuesto maquinaria*

MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Autorefractómetro	1	\$3.700,00	\$3.700,00
Retinoscopio	1	\$500,00	\$500,00
Caja de prueba	1	\$295,00	\$295,00
Tonómetro	1	\$35,00	\$35,00
Foróptero	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Dispensador Agua	1	\$10,00	\$10,00
Cafetera	1	\$30,00	\$30,00
Total			\$5.770,00
Gasto Imprevisto 5%			\$288,50
Total			\$6.058,50

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo**Tabla 19***Presupuesto equipos de computación*

EQUIPOS TECNOLÓGICOS Y DE COMPUTACIÓN			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	1	\$320,00	\$320,00
Impresora térmica	1	\$60,00	\$60,00
Tv 43"	1	\$250,00	\$250,00
Total			\$630,00
Gasto Imprevisto 5%			\$31,50
Total			\$661,50

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

Tabla 20*Presupuesto de inventario*

INVENTARIO				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Anual
Marcos en pasta	120	\$6,00	\$720,00	\$8.640,00
Marcos metálicos	90	\$6,00	\$540,00	\$6.480,00
Marcos en titanio	30	\$7,50	\$225,00	\$2.700,00
Marcos en material TR90	30	\$6,00	\$180,00	\$2.160,00
Marcos de acetato	30	\$6,00	\$180,00	\$2.160,00
Marcos semi al aire	30	\$7,50	\$225,00	\$2.700,00
Marcos al aire	30	\$10,00	\$300,00	\$3.600,00
Lentes de contacto estético	10	\$15,00	\$150,00	\$1.800,00
Gafas de sol	50	\$12,50	\$625,00	\$7.500,00
Gafas para deporte	10	\$25,00	\$250,00	\$3.000,00
Total			\$3.395,00	\$40.740,00
Gasto Imprevisto 5%			\$169,75	\$2.037,00
Total			\$3.564,75	\$42.777,00

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo**Tabla 21***Presupuesto materiales indirectos*

PRESUPUESTO MATERIALES INDIRECTOS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Anual
Dispensador Toallas	1	\$12,00	\$12,00	\$12,00
Toallas papel 100 unidades.	2	\$3,00	\$6,00	\$72,00
Papel higiénico	2	\$2,45	\$4,90	\$58,80
Jabón líquido 1000ml	1	\$3,90	\$3,90	\$46,80
Alcohol 1000 ml	1	\$2,50	\$2,50	\$30,00
Desinfectante 500ml	1	\$3,50	\$3,50	\$42,00
Algodón 500g.	1	\$1,50	\$1,50	\$18,00
Aromatizante	1	\$3,50	\$3,50	\$42,00
Limpia vidrios 500ml	1	\$4,00	\$4,00	\$48,00
Escoba	1	\$2,00	\$2,00	\$8,00
Trapeador	1	\$8,50	\$8,50	\$34,00
Guantes Quirúrgicos caja 100 unidades.	2	\$3,00	\$6,00	\$72,00
Subtotal			\$58,30	\$483,60
Gastos no Considerados 5%			\$2,92	\$24,18
Total			\$61,22	\$507,78

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

Tabla 22*Presupuesto servicio básicos*

PRESUPUESTO SERVICIOS BÁSICOS		
Detalle	Valor mensual	Valor anual
Luz	\$30,00	\$360,00
Agua	\$18,00	\$216,00
Internet	\$24,00	\$288,00
Arriendo	\$600,00	\$7.200,00
Subtotal		\$8.064,00
Gastos no Considerados 5%		\$403,20
Total		\$8.467,20

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo**Tabla 23***Presupuesto publicidad*

PRESUPUESTO PUBLICIDAD		
Detalle	Valor mensual	Valor anual
Volantes	\$15,00	\$180,00
Redes Sociales	\$50,00	\$600,00
Subtotal		\$780,00
Gastos no Considerados 5%		\$39,00
Total		\$819,00

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo**Tabla 24***Tabla Amortización*

Periodo	Deuda inicial	Tasa de interés	Interés	Amortización	Pago	Deuda final
1	\$5.000,00	15,6%	\$32,50	\$208,33	\$240,83	\$4.791,67
2	\$4.791,67	15,6%	\$31,15	\$208,33	\$239,48	\$4.583,33
3	\$4.583,33	15,6%	\$29,79	\$208,33	\$238,13	\$4.375,00
4	\$4.375,00	15,6%	\$28,44	\$208,33	\$236,77	\$4.166,67
5	\$4.166,67	15,6%	\$27,08	\$208,33	\$235,42	\$3.958,33
6	\$3.958,33	15,6%	\$25,73	\$208,33	\$234,06	\$3.750,00
7	\$3.750,00	15,6%	\$24,38	\$208,33	\$232,71	\$3.541,67
8	\$3.541,67	15,6%	\$23,02	\$208,33	\$231,35	\$3.333,33

9	\$3.333,33	15,6%	\$21,67	\$208,33	\$230,00	\$3.125,00
10	\$3.125,00	15,6%	\$20,31	\$208,33	\$228,65	\$2.916,67
11	\$2.916,67	15,6%	\$18,96	\$208,33	\$227,29	\$2.708,33
12	\$2.708,33	15,6%	\$17,60	\$208,33	\$225,94	\$2.500,00
13	\$2.500,00	15,6%	\$16,25	\$208,33	\$224,58	\$2.291,67
14	\$2.291,67	15,6%	\$14,90	\$208,33	\$223,23	\$2.083,33
15	\$2.083,33	15,6%	\$13,54	\$208,33	\$221,88	\$1.875,00
16	\$1.875,00	15,6%	\$12,19	\$208,33	\$220,52	\$1.666,67
17	\$1.666,67	15,6%	\$10,83	\$208,33	\$219,17	\$1.458,33
18	\$1.458,33	15,6%	\$9,48	\$208,33	\$217,81	\$1.250,00
19	\$1.250,00	15,6%	\$8,13	\$208,33	\$216,46	\$1.041,67
20	\$1.041,67	15,6%	\$6,77	\$208,33	\$215,10	\$833,33
21	\$833,33	15,6%	\$5,42	\$208,33	\$213,75	\$625,00
22	\$625,00	15,6%	\$4,06	\$208,33	\$212,40	\$416,67
23	\$416,67	15,6%	\$2,71	\$208,33	\$211,04	\$208,33
24	\$208,33	15,6%	\$1,35	\$208,33	\$209,69	\$0,00

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

Tabla 25

Presupuesto sueldos

PRESUPUESTO SUELDOS							
Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Seguro Social	Aporte S.S. Anual	Total
Administrador	700	8400	700	450	66,15	793,8	10343,80
Optómetra	650	7800	650	450	61,43	737,1	9637,10
Asesor de venta	450	5400	450	450	42,53	510,3	6810,30
Cajero	450	5400	450	450	42,53	510,3	6810,30
Total							33601,50

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

Tabla 26

Depreciaciones

Depreciaciones	Valor	% Depreciación	Mensual	Anual
Muebles y Enseres	\$1.510,95	10%	\$12,59	\$151,10
Maquinarias y Equipos	\$6.058,80	10%	\$50,49	\$605,88
Equipos tecnológicos y Computación	\$661,50	33%	\$18,19	\$218,30
Total			\$81,27	\$975,27

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

Tabla 27*Presupuestos gastos anuales*

DETALLE	AÑO				
	1	2	3	4	5
Sueldos	33601,50	34649,87	35730,94	36845,75	37995,34
Servicios Básicos	8467,20	8731,38	9003,8	9284,71	9574,40
Depreciación	975,27	1005,70	1037,08	1069,43	1102,80
Gastos	43043,97	44386,95	45771,82	47199,89	48672,54
Administrativos					
Publicidad	819	844,55	870,90	898,08	926,09
Gasto Ventas	819	844,55	870,90	898,08	926,09
Intereses Pagados	300,63	105,63			
Servicios a la Deuda	2500	2500			
Gastos Financieros	2800,63	2605,63			
Total	46663,60	47837,13	46642,72	48097,97	49598,63

Fuente: Elaborado por Michelle Barzallo

Figura 5

Lienzo CANVAS



Nota: Elaboración propia

Elaborado por Michelle Barzallo

Conclusiones

Una vez concluido el proyecto de investigación del Modelo CANVAS para la creación de la óptica Luz Visión las conclusiones más relevantes de este proyecto son:

El modelo CANVAS es una herramienta eficaz para desarrollar un emprendimiento ya que presenta el negocio de forma estructurada y ayuda a comprender lo que sobresale de la competencia y en las oportunidades de mejora, esto suma al valor agregado el cual hace que el negocio sea conocido, tenga éxito y pueda crecer en el mercado.

La creación de la óptica Luz Visión en la Mariscal Sucre es factible de acuerdo a los resultados cuantitativos recopilados en el proyecto ya que es un sector comercial y transitado que tiene una acogida aceptable.

La óptica Luz Visión es un proyecto que tiene la capacidad de generar empleo y sostenibilidad a través del tiempo dada la condición de mercado va a tener gran acogida por la ubicación estratégica.

El sector cuenta con un gran número de potenciales clientes que si se toman los correctivos inmediatos a las problemáticas encontradas se podría lograr fidelizarlos.

Recomendaciones

A las personas que decidan crear un emprendimiento se les motiva a utilizar el modelo de negocio CANVAS, ya que es muy sencillo de utilizar y eficiente.

Es importante utilizar la encuesta y entrevista para la recolección de datos, ya que facilitan la información pertinente para la creación de un emprendimiento.

La óptica Luz Visión no cuenta con el servicio de oftalmología siendo así que se recomienda entrar en esa área para su complementación.

Bibliografía

- Cadena. (2018). Cómo crear una óptica. *Emprendepyme. net*.
- Cardenas, M. (14 de octubre de 2020). *Beneficios de cuidar la visión*. Obtenido de Oftamologos safle & visible: <https://www.vistaoftalmologos.es/la-importancia-de-preservar-la-salud-visual/>
- Caviedes, A., Collado, J., & Gómez, A. (1991). *Oftalmología II*. Cantabria: Santander. Obtenido de Revista Cubana de Oftalmología: <https://revoftalmologia.sld.cu/index.php/oftalmologia/search/authors/view?firstName=Ram%C3%B3n&middleName=&lastName=Santander%20Acosta&affiliation=&country=>
- Cerro, J. d. (2016). *¿QUÉ ES EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL?* México: IZTACCIHUATL.
- Ferreira, D. (2015). El modelo CANVAS en la formulación de proyectos. *Cooperativismo y Desarrollo*.
- Gob. (28 de Febrero de 2022). *Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE*. Obtenido de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE: <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae#:~:text=El%20permiso%20de%20funcionamiento%2C%20puede,y%20Secretar%C3%ADa%20de%20Territorio%2C%20H%C3%A1bitat>
- Lucio, F., & Javier, M. (2015). ¿Qué hace que algunos emprendedores sean más innovadores? *Portal Universia S.A.*, 14-31.
- Martha, A., & Romeo, P. (2014). EMPRENDIMIENTO: CÓMO EMPEZAR UNA EMPRESA CON ÉXITO. *FACE*, 175-183.
- Miguel, H. (2021). Modelo CANVAS para Pymes. *Salesforce*.
- Osterwalder, & Pigneur. (2016). *BUSINESS MODEL CANVAS*.
- Paz Couso, R. (2005). *Servicio al Cliente*. Ideaspropias.

Reyes, J. (2021). *¿Cómo empezar una óptica?* Obtenido de Excelencia en el manejo de la óptica y servicio al cliente: https://ediciones.lasalle.edu.co/libro/excelencia-en-el-manejo-de-la-optica-y-el-servicio-al-cliente_124617/

Santandreu, M., & Canos, L. (26 de 06 de 2014). *Business Model Canvas y redacción del Plan de Negocio*. Obtenido de <http://handle.net/1025138381>

SRI. (20 de Mayo de 2016). *Ley del RUC*. Obtenido de LEY del RUC: <file:///C:/Users/P%20C/Downloads/160520%20Ley%20del%20RUC.pdf>


Thompson , I. (2005). *La satisfacción del cliente*. Obtenido de academia. edu: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44275060/Satisfaccion_del_Cliente-libre.pdf?1459466051=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_Satisfaccion_del_Cliente.pdf&Expires=1679934813&Signature=QHVZ3-6z5-GZBhfpsWR5ZbKVPYCNpLS67RIw4UoUhEhEpPR5Vz

Zamora Boza, C. S. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía. *ESPACIOS*, 15.

Anexos

Anexo 1

Anti plagio



BARZAL~1

6%
Similitudes

1%
Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas

0%
Idioma no reconocido

Nombre del documento: BARZAL~1.PDF

ID del documento: 5796666485bd2d8ef383bd7439d8afe87d1c141

Tamaño del documento original: 1,84 Mo

Depositante: Gladys Barragan

Fecha de depósito: 17/3/2023


Tipo de carga: Interface

fecha de fin de análisis: 17/3/2023

Número de palabras: 12.816

Número de caracteres: 96.872

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.gubco.es <small>http://www.gubco.es/DocsPublico/Plan_de_empresa_2021.docx#-text=Los clientes son el centro de c...</small> 18 fuentes similares	2%		Palabra s idénticas : 2% (247 palabra s)
2	Documento de otro usuario <small>El documento proviene de otro grupo</small> 2 fuentes similares	< 1%		Palabra s idénticas : < 1% (108 palabra s)
3	vddocuments.mx Carrera de Administración de Empresas Título: ModeloCarrer... <small>http://vddocuments.mx/carrera-de-administración-de-empresas-titulo-modelo-carrera-de-administrac...</small> 9 fuentes similares	< 1%		Palabra s idénticas : < 1% (112 palabra s)
4	repositorio.uisrael.edu.ec <small>http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/17000/14871/1/ASRAEL-EC-ADME-278-242-2017-064.pdf</small> 6 fuentes similares	< 1%		Palabra s idénticas : < 1% (104 palabra s)
5	repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec <small>http://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/122456789/185/1/Garcia%20Marela,%20Gabriela...</small>	< 1%		Palabra s idénticas : < 1% (58 palabra s)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	emprendimiento.ec Segmentos de clientes – Emprendimiento Ecuador <small>http://emprendimiento.ec/business-model-canvas/segmentos-de-clientes/</small>	< 1%		Palabra s idénticas : < 1% (38 palabra s)
2	repositorio.untel.edu.pe Propuesta de negocio con el modelo canvas para la emp... <small>http://repositorio.untel.edu.pe/bitstream/122456789/54</small>	< 1%		Palabra s idénticas : < 1% (30 palabra s)
3	ccq.ec <small>http://ccq.ec/wp-content/uploads/2019/01/instructivo-legal-practico-para-emprendedores-DIF.pdf</small>	< 1%		Palabra s idénticas : < 1% (24 palabra s)
4	repositorio.utl.edu.ec Plan de negocios para la producción y distribución de marcos... <small>http://repositorio.utl.edu.ec/bitstream/122456789/1726/1/NOLIVOS%20CHICADA%20DANLO%20XAVIER.pdf</small>	< 1%		Palabra s idénticas : < 1% (22 palabra s)
5	dspacs.ucaque.edu.ec Relación entre inteligencia emocional y el rendimiento acad... <small>http://dspacs.ucaque.edu.ec/bitstream/ucaque/9775/6/Articulo%20Cientifico%20Ricardo%20Jose%20Largo%20Zhuin...c...</small>	< 1%		Palabra s idénticas : < 1% (19 palabra s)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <http://www.gob.ec/gadmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio>
- <http://handle.nyu/1025138381>
- <http://forms.gle/5yocNUSi8SR5wp96>

4.1 Marco Legal

Para el buen funcionamiento de la empresa, se revisará e implementará las normas y leyes vigentes y para la creación de la óptica Luz Visión.

Pasos a Seguir:

4.1.1 Nombre de la empresa

Una vez que se tenga el nombre, se debe dirigir a la Súper Intendencia de Compañías para reservarlo o verificar si no existe otra empresa con el mismo nombre. Si nadie más se ha registrado se tiene un periodo de retención de 30 días, Luego se apertura una Cuenta de integración de Capital en cualquier banco.

4.1.2 Escritura de la Constitución de la Compañía

Este documento debe ser preparado por un abogado ya que es muy detallado. Luego debe ser elevado a un instrumento público para ser registrado ante un notario público.

4.1.3 Registro Mercantil

Una vez que los estatutos han sido aprobados deben ser presentados a la Súper Intendencia de Compañías quien los revisa a través de su departamento legal. Todos los errores serán devueltos para su correspondiente corrección. Si el documento es aprobado, debe pasar al Registro Mercantil junto con una carta que indique el nombre de la empresa y el representante legal de la misma. Una vez registrada esta entidad, la empresa queda legalmente constituida.

4.1.4 Inscripción en la Súper Intendencia de compañías

Cuando la constitución de la empresa ya ha sido inscrita en el Registro Mercantil los documentos se deben devolver a la Súper Intendencia de compañías para que se inscriban en su libro de registro.

4.1.5 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Es un código que identifica una actividad económica frente a la Administración Tributaria. Toda persona natural o jurídica que preste servicios o venda productos de forma permanente u ocasional está obligada a pagar impuestos en un país que exige RUC o RISE. Este debe ser el primer paso para un emprendedor ecuatoriano. Existen diferentes procedimientos para obtener un RUC dependiendo de si se trata de una persona natural (por ejemplo, un proveedor de servicios profesionales) o de una jurídica (una empresa que ha iniciado una actividad económica)

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

4.1.6 Requisitos generales para todos los establecimientos

Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, es decir que, para legalizar la óptica Luz Visión y para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá adjuntar escaneados en formato PDF en el Sistema Informático los siguientes requisitos:

- Comprobante de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar los requisitos solicitados. Los valores a cancelar para sacar el permiso de funcionamiento están categorizados en el Apéndice H.

- Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE) o Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, categorización que únicamente puede ser otorgada por el Ministerio de Turismo.

4.1.7 Permisos

Para la constitución de la Fundación Vista Para Todos se requiere lo siguiente:

- Copia del RUC
- Copia Nombramiento Representante Legal
- Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- Planilla de Luz.
- Formulario de declaración para obtener la patente

4.1.8 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC.

Una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado la óptica Luz Visión, en la cual básicamente se inspecciona la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente emitirá el Certificado de seguridad del Cuerpo de Bomberos.

4.2 Encuesta



Estimado encuestado sírvase por favor en responder la siguiente encuesta con el fin de levantar un diagnóstico para emprender el modelo de negocio CANVAS para la creación de óptica Quito.

Objetivo: Identificar las necesidades del mercado seleccionado.

1. ¿Valore la importancia que la empresa debe dar al cliente y la satisfacción de éste?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) No es importante

2. Cree usted que la imagen de un negocio es importante?

- a) Muy importante
- b) Poco importante
- c) Nada importante

3. ¿La comunicación proyectada hacia usted debe ser evaluada cómo?

- a) Excelente
- b) Muy buena
- c) Buena

4. ¿Considera usted que en un negocio se debe desarrollar actividades orientadas a la calidad en el servicio al cliente?

- a) SI
- b) NO

5. ¿Le gustaría que en nuestro negocio exista información al cliente y asesoramiento de compra?

- a) SI
- b) NO

6. ¿En qué se diferenciaría la oferta de nuestro negocio en relación con otros competidores?

- a) Precios accesibles
- b) Productos de calidad
- c) Parqueadero y seguridad en el local
- d) Buen servicio al cliente
- e) Comunicación sencilla y entendible
- f) Lugar o espacio acogedor
- g) Ambiente familiar

Link de la encuesta: <https://forms.gle/5yxceNUSi85RSwp96>

4.3 Entrevista



Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad tener información clara sobre factores que conformaran el lienzo del modelo CANVAS.

1 Propuesta de valor

a) ¿Qué ofrece a sus clientes en relación con productos y servicios?

Todo tipo de elaboración de lunas para corrección visual, contamos con una gran variedad de armazones, en cuanto a servicios contamos con el área de Optometría.

b) ¿Cuáles son aquellas cosas por las que pagan sus clientes?

Los clientes pagan por la atención que se les brinda y el ambiente con espacios limpios dónde puedan sentirse a gusto.

c) ¿Por qué cree usted que los clientes vienen a su negocio?

Ofrecemos precios competitivos.

d) ¿Indique en que se diferencia su oferta de la de otros competidores?

Precios económicos.

2 Segmentos de Clientes

a) ¿Quiénes son sus clientes?

Todas las personas que tienen problemas con su visión.

b) ¿Podría describir los diferentes segmentos de clientes que visitan su negocio?

Niños, adolescentes, adultos, adultos de la tercera edad de cualquier género

c) ¿Cuál es la mayor exigencia de sus clientes?

La atención al público y la calidad del producto que se les ofrece.

3 Canales de distribución o de Comunicación

a) ¿Indique que canales de comunicación utiliza usted para dar a conocer sus productos y servicios?

Facebook

b) ¿Qué mecanismos utiliza usted para llegar a sus clientes?

Subimos fotos en nuestra cuenta de Facebook.

4 Relaciones con los clientes

a) ¿Qué tipo de relaciones a construido con sus clientes?

Una relación de respeto y cordialidad.

b) ¿Qué estrategia utiliza usted para mantener las relaciones con sus clientes?

Tener clientes satisfechos, ya que regresarán.

c) ¿Son fieles sus clientes?

Algunos sí.

5 Flujo de ingresos

a) ¿Cómo gana dinero en su negocio?

A través de la venta de lunas, armazones y por los servicios que se ofrecen en optometría.

b) ¿Cómo pagan actualmente sus clientes?

La mayoría de clientes pagan con efectivo y transferencias.

6 Recursos claves

a) ¿Qué recursos requieren las relaciones con sus clientes?

Los recursos humanos, es muy importante seleccionar a los trabajadores ya que ellos son la imagen de la institución.

b) ¿Qué recursos requieren sus canales de comunicación o distribución utilizados?

El Facebook y las personas ya que ellos son quienes están frente a los clientes en los locales.

c) ¿De los siguientes recursos cuáles han sido los más costosos en su negocio?

- *Personas*
- *Redes*
- *Instalaciones*

Ya que se invierte una considerable cantidad de dinero en adecuar el local y en la compra de equipos médicos.

7 *Actividades claves*

a) *¿Qué actividades han requerido sus canales de comunicación y distribución?*

Relacionarse con el cliente siendo empáticos con sus necesidades.

8 *Red de aliados*

a) *¿Quiénes son sus aliados estratégicos más importantes?*

Los proveedores ya que nos ofrecen productos a bajos precios que nos permiten dar un precio competitivo a nuestros clientes.

9 *Estructura de Costos*

a) *¿Cuáles son los costos más importantes en la ejecución de su modelo de negocios?*

Alquiler, sueldos, servicios básicos, mantenimiento de equipos.

b) *¿Utiliza alguna forma para controlar los costos de su microempresa?*

El Facebook, ya que nos evitamos de pagar por publicidad

