



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA

**“PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
PRESTACIÓN SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE CONSTRUCCIÓN Y
MANTENIMIENTO DE INMUEBLES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, IMBABURA,
ECUADOR”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA**

AUTOR:

BALLESTEROS GOMEZ GABRIELA ODALIS

DIRECTORA:

MSC. SANDRA MERCEDES GUEVARA LÓPEZ

IBARRA, 2022

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Directora de Trabajo de Grado presentado por la señorita Ballesteros Gomez Gabriela Odalis, para optar por el título de Licenciatura en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es **“PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRESTACIÓN SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DE INMUEBLES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, IMBABURA, ECUADOR.”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 06 días del mes de octubre 2022



MSc. Sandra Mercedes Guevara López

C.I:100254138-9

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100443234-8		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Ballesteros Gomez Gabriela Odalis		
DIRECCIÓN:	Imbabura, Otavalo, Ciudadela Jacinto Collahuazo 4ta Etapa		
EMAIL:	goballesterosg@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	N/E	TELÉFONO MÓVIL:	0996495881

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador
AUTORA:	Ballesteros Gomez Gabriela Odalis
FECHA: AAAAMMDD	2022/10/06
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Contabilidad y Auditoria CPA
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Sandra Guevara

2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 06 días del mes de octubre de 2022

LA AUTORA:



Ballesteros Gomez Gabriela Odalis

DEDICATORIA

A mi madre por enseñarme que con constancia y disciplina todo se puede y que lo único que nos limita alcanzar nuestras metas somos nosotros mismos.

A mi padre, hermanos y novio por brindarme palabras de aliento y no dejarme rendirme en situaciones de estrés.

A las personas que me brindaron su ayuda en algún momento de mi formación académica para cumplir mis objetivos.

Odalis Ballesteros

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por las bendiciones brindadas a largo de mi vida académica, a mi familia en especial a mi madre que me ha brindado su apoyo incondicional para poder culminar mis estudios.

A la Universidad Técnica del Norte quien me dio la oportunidad de cumplir mis estudios superiores. A los docentes que dedicaron sus esfuerzos para guiarnos en la formación académica, en especial a la MSc. Sandra Guevara por acompañarme durante este proceso de titulación.

A mi novio y hermanos, que me brindaron su apoyo para poder culminar mis estudios superiores. Y a todas las personas que creyeron en mí.

Odalís Ballesteros

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO.....	II
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA	III
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN	XIX
ABSTRACT	XX
Objetivos	XXI
CAPÍTULO I	1
1. Diagnóstico	1
1.1. Introducción	1
1.2. Objetivo	2
1.3. Determinación y justificación del problema	2
1.4. Propuesta de la idea de negocios.....	5
1.5. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios	8
1.6. Identificación de las variables diagnósticas	10
1.7. Matriz Diagnóstica	11
1.8. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio	12
1.8.1. Situación del macro ambiente	12
1.8.1.1. Político legal.	12
1.8.1.2. Socio cultural.	13
1.8.1.3. Económico.	14
1.8.1.4. Tecnológico.....	17
1.8.2. Situación competitiva de la Industria.....	17

1.8.2.1. Análisis de PORTER.	17
1.9. Matriz AOOD.....	20
1.10. Conclusión Diagnóstica	21
CAPÍTULO II.....	22
2. Fundamentación Teórica.....	22
2.1. Introducción	22
2.2. Objetivo	23
2.3. Fundamentación metodológica	23
2.3.1. Tipo de investigación	23
2.3.2. Método	24
2.3.3. Tipo de muestreo.....	25
2.3.3.1. Muestreo probabilístico.....	25
2.3.3.2. Población.....	25
2.3.3.3. Selección de una muestra.	26
2.3.4. Técnicas e instrumentos	27
2.4. Fundamentación de la propuesta	28
2.4.1. Términos Generales	28
2.4.1.1. Plan de negocio.	28
2.4.1.2. Empresa.....	28
2.4.1.3. Modelo de negocio.....	29
2.4.1.4. Marketing de afiliación	30
2.4.1.5. Estudio de mercado.	32
2.4.1.6. Segmentación del mercado.	32
2.4.1.7. Demanda.	33
2.4.1.8. Oferta.	34

2.4.1.9. Producto.....	34
2.4.1.10. Precio.....	34
2.4.1.11. Marketing.....	35
2.4.1.12. Estudio técnico.....	35
2.4.1.13. Tamaño del proyecto.....	36
2.4.1.14. Localización.....	36
2.4.1.15. Ingeniería del proyecto.....	37
2.4.1.16. Estudio administrativo.....	37
2.4.1.17. Estudio financiero.....	40
2.4.1.18. Estado de situación financiera.....	41
2.4.1.19. Estado de resultados.....	41
2.4.1.20. Estado de flujo de efectivo.....	42
2.4.1.21. Indicadores financieros.....	42
2.4.2. Términos Específicos.....	45
2.4.2.1. Construcción.....	45
2.4.2.2. Servicio de albañilería.....	46
2.4.2.3. Servicio de plomería.....	46
2.4.2.4. Servicios eléctricos.....	47
2.4.2.5. Servicios de pintura.....	47
2.4.2.6. Servicios de jardinería.....	48
CAPÍTULO III.....	49
3. Propuesta.....	49
3.1. Introducción.....	49
3.2. Objetivo general.....	50
3.2.1. Objetivos específicos.....	50

3.3. Modelo de negocio.....	51
3.3.1. Lienzo CANVAS	52
3.3.2. Descripción de los elementos CANVAS	53
3.3.2.1. Segmento de clientes.....	53
3.3.2.2. Propuesta de valor.....	53
3.3.2.3. Relación con los clientes.....	54
3.3.2.4. Canales.....	55
3.3.2.5. Fuentes de ingreso.....	57
3.3.2.6. Actores clave.....	59
3.3.2.7. Actividades clave.....	60
3.3.2.8. Recursos clave.....	60
3.3.2.9. Estructura de costos.....	61
3.4. Estudio de mercado.....	62
3.4.1. Diseño de la investigación de mercados	63
3.4.1.1. Matriz de variables del estudio de mercado.....	64
3.4.2. Segmentación de mercados	65
3.4.3. Clientes	66
3.4.4. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	66
3.4.5. Instrumentos de recolección.....	69
3.4.6. Resultados y discusión	70
3.4.7. Análisis de la demanda	85
3.4.8. Análisis de la oferta.....	88
3.4.9. Demanda insatisfecha	92
3.4.10. Estrategias de comercialización	93
3.5. Estudio técnico – administrativo.....	97

3.5.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	97
3.5.1.1. Macrolocalización.....	97
3.5.1.2. Microlocalización.....	98
3.5.2. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa.....	100
3.5.2.1. Mercado.	100
3.5.2.2. Tecnología.....	101
3.5.2.3. Disponibilidad de recursos.....	102
3.5.2.4. Financiamiento.....	102
3.5.2.5. Capacidad Instalada.	103
3.5.3. Ingeniería del proyecto.....	104
3.5.3.1. Distribución de la planta.	104
3.5.3.2. Diseño planimétrico de la planta.....	105
3.5.3.3. Requerimientos por áreas.....	106
3.5.4.1. Caracterización y diseño del servicio.....	108
3.5.4.2. Descripción de la prestación del servicio.....	109
3.5.4. Estructura organizativa y administrativa.....	109
3.5.5.1. Misión	109
3.5.5.2. Visión	110
3.5.5.3. Políticas.....	110
3.5.5.4. Valores	111
3.5.5.5. Marca e imagen corporativa.....	112
3.5.5.6. Mapa de procesos.....	113
3.5.5.7. Flujograma de actividades	114
3.5.5.8. Descripción del diagrama de flujo.	121
3.5.5.9. Organigrama.....	128

3.5.5.10. Manual de funciones.....	129
3.5.1. Identificación y descripción de los procesos.....	137
3.5.2. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual.....	137
3.5.6.1. Tipo de empresa a constituir.....	137
3.5.6.2. Proceso de registro de marca.....	139
3.5.6.3. Nombre comercial de la empresa.....	139
3.6. Estudio financiero.....	139
3.6.1. Inversiones y capital de trabajo.....	140
3.6.1.1. Maquinaria y equipos.....	140
3.6.1.2. Capital de trabajo.....	143
3.6.1.3. Total de inversión.....	144
3.6.1.4. Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital.....	145
3.6.1.5. Tasa de Rendimiento Medio.....	145
3.6.2. Estado de situación inicial.....	146
3.6.3. Estado de Resultados.....	151
3.6.4. Estado de flujo de efectivo.....	153
3.6.5. Cálculo del valor actual neto.....	153
3.6.6. Cálculo de la tasa interna de retorno.....	154
3.6.7. Período de recuperación.....	155
3.6.8. Punto de equilibrio.....	156
3.6.9. Análisis Costo / Beneficio.....	159
3.6.10. Análisis de sensibilidad.....	160
CAPÍTULO IV.....	165
4. Validación.....	165
4.1. Introducción.....	165

4.2. Descripción del estudio	165
4.3. Objetivo	165
4.4. Equipo de trabajo	165
4.5. Método de verificación	166
4.6. Método de calificación.....	167
4.7. Rango de interpretación	168
4.8. Resultados	168
4.9. Análisis	175
Conclusiones.....	176
Recomendaciones	177
Bibliografía	178
Anexos	184
Anexos No. 1	184
Anexo No. 2	185
Anexo No. 3	186
Anexo No. 4	188

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Destino de créditos</i>	17
Figura 2 <i>Necesidad del Servicio</i>	71
Figura 3 <i>Frecuencia del Servicio</i>	72
Figura 4 <i>Oferta de prestadores de servicios de construcción y mantenimiento</i>	73
Figura 5 <i>Satisfacción del precio</i>	73
Figura 6 <i>Percepción del cliente al servicio</i>	74
Figura 7 <i>Inconformidad de los clientes por el servicio</i>	75
Figura 8 <i>Tipo de vivienda</i>	75
Figura 9 <i>Demanda del servicio de construcción y/o mantenimiento</i>	76
Figura 10 <i>Rangos por los cuales los clientes están dispuestos a pagar por el servicio de construcción y/o mantenimiento</i>	77
Figura 11 <i>Preferencia de contratación de los servicios de construcción y/o mantenimiento</i>	78
Figura 12 <i>Preferencia de pago</i>	78
Figura 13 <i>Alternativa de cancelación del servicio de construcción y/o mantenimiento</i>	79
Figura 14 <i>Aceptación de incluir en el servicio materiales y equipos de construcción</i>	80
Figura 15 <i>Promoción del servicio de construcción y/o mantenimiento</i>	80
Figura 16 <i>Macro localización</i>	97
Figura 17 <i>Micro localización</i>	100
Figura 18 <i>Distribución de las Instalaciones</i>	105
Figura 19 <i>Imagen corporativa</i>	112
Figura 20 <i>Mapa de procesos</i>	113
Figura 21 <i>Proceso de negociación con el cliente</i>	114

Figura 22 <i>Proceso de contratación del servicio.</i>	115
Figura 23 <i>Proceso de proforma de materiales.</i>	116
Figura 24 <i>Proceso de planificación de equipos de construcción.</i>	117
Figura 25 <i>Proceso de planificación de mano de obra.</i>	118
Figura 26 <i>Proceso de ejecución del servicio.</i>	119
Figura 27 <i>Proceso de liquidación del servicio.</i>	120
Figura 28 <i>Organigrama estructural SERVICIOS FIXWASI S.A.S.</i>	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Variables e indicadores diagnósticos</i>	10
Tabla 2 <i>Matriz Diagnóstica</i>	11
Tabla 3 <i>Indicadores VAB del Cantón Otavalo</i>	14
Tabla 4 <i>Monto de créditos según la actividad, otorgados por la banca pública y privada en el año 2019.</i>	16
Tabla 5 <i>Matriz AOOD</i>	20
Tabla 6 <i>Población a investigar</i>	26
Tabla 7 <i>Lienzo CANVAS</i>	52
Tabla 8 <i>Matriz de variables del estudio de mercado</i>	64
Tabla 9 <i>Número de viviendas construidas por parroquia</i>	67
Tabla 10 <i>Población a investigar</i>	68
Tabla 11 <i>Número de viviendas por parroquias</i>	69
Tabla 12 <i>Demanda Actual de servicios de albañilería</i>	85
Tabla 13 <i>Demanda Actual de servicios de plomería</i>	86
Tabla 14 <i>Demanda Actual de servicios de electricidad</i>	86

Tabla 15 <i>Demanda Actual de servicios de pintura</i>	87
Tabla 16 <i>Demanda Actual de servicios de jardinería</i>	87
Tabla 17 <i>Oferta Actual de servicios de albañilería</i>	89
Tabla 18 <i>Oferta Actual de servicios de plomería</i>	89
Tabla 19 <i>Oferta Actual de servicios de electricidad</i>	90
Tabla 20 <i>Oferta Actual de servicios de pintura</i>	91
Tabla 21 <i>Oferta Actual de servicios de jardinería</i>	91
Tabla 22 <i>Trabajadores informales</i>	92
Tabla 23 <i>Demanda Insatisfecha</i>	92
Tabla 24 <i>Catálogo de servicios</i>	94
Tabla 25 <i>Precio</i>	95
Tabla 26 <i>Análisis de la micro localización por el método cuantitativo por puntos</i>	99
Tabla 27 <i>Porcentaje de demanda insatisfecha de los servicios</i>	101
Tabla 28 <i>Capacidad Instalada por catálogo de servicios</i>	103
Tabla 29 <i>Distribución de la Planta</i>	104
Tabla 30 <i>Matriz aclaratoria del subproceso P02-S01 Negociación con el cliente</i>	121
Tabla 31 <i>Matriz aclaratoria del subproceso P02-S02 Contratación del servicio</i>	123
Tabla 32 <i>Matriz aclaratoria del subproceso P03-S03 Planificación de mano de obra</i>	124
Tabla 33 <i>Matriz aclaratoria del subproceso P04-S01 Ejecución del servicio</i>	125
Tabla 34 <i>Matriz aclaratoria del subproceso P04-S02 Liquidación del servicio</i>	127
Tabla 35 <i>Manual de funciones para el gerente</i>	130
Tabla 36 <i>Manual de funciones para el contador</i>	131
Tabla 37 <i>Manual de funciones para el inspector de obras</i>	132

Tabla 38 <i>Manual de funciones para la secretaria</i>	133
Tabla 39 <i>Manual de funciones para el personal de atención al cliente</i>	134
Tabla 40 <i>Manual de funciones del informático</i>	135
Tabla 41 <i>Manual de funciones para los obreros</i>	136
Tabla 42 <i>Maquinaria y equipo</i>	140
Tabla 43 <i>Equipos de oficina</i>	140
Tabla 44 <i>Muebles y enseres</i>	140
Tabla 45 <i>Vehículos</i>	141
Tabla 46 <i>Equipos de computación</i>	141
Tabla 47 <i>Herramientas</i>	141
Tabla 48 <i>Resumen de la Inversión fija</i>	142
Tabla 49 <i>Requerimiento de talento humano</i>	143
Tabla 50 <i>Capital de trabajo</i>	144
Tabla 51 <i>Inversión total</i>	144
Tabla 52 <i>Financiamiento del proyecto</i>	145
Tabla 53 <i>Tasa de Rendimiento Medio</i>	145
Tabla 54 <i>Estado de situación inicial</i>	146
Tabla 55 <i>Presupuesto de ventas</i>	147
Tabla 56 <i>Porcentaje de variación del SBU</i>	148
Tabla 57 <i>Presupuesto de costos</i>	149
Tabla 58 <i>Gasto de ventas</i>	149
Tabla 59 <i>Gastos operacionales</i>	150
Tabla 60 <i>Resumen gastos financieros</i>	150

Tabla 61 <i>Depreciaciones</i>	151
Tabla 62 <i>Estado de resultados</i>	152
Tabla 63 <i>Estado Flujo de Efectivo</i>	153
Tabla 64 <i>Tasa de descuento</i>	153
Tabla 65 <i>Valor Actual Neto</i>	154
Tabla 66 <i>Tasa Interna de Retorno</i>	155
Tabla 67 <i>Periodo de recuperación</i>	156
Tabla 68 <i>Determinación de costos</i>	157
Tabla 69 <i>Determinación del punto de equilibrio</i>	158
Tabla 70 <i>Costo beneficio</i>	159
Tabla 71 <i>Estado de resultados con el 4% menos en ventas</i>	160
Tabla 72 <i>Flujo de efectivo proyectado con el 4% menos en ventas</i>	161
Tabla 73 <i>Análisis VAN y TIR</i>	161
Tabla 74 <i>Estado de resultados con el 18% menos en ventas</i>	162
Tabla 75 <i>Flujo de efectivo del proyecto con un 18% menos en ventas</i>	163
Tabla 76 <i>Análisis VAN y TIR</i>	163
Tabla 77 <i>Equipo de trabajo</i>	166
Tabla 78 <i>Matriz de verificación</i>	166
Tabla 79 <i>Matriz de validación tutor</i>	169
Tabla 80 <i>Matriz de Validación Oponente 1</i>	171
Tabla 81 <i>Matriz de Validación Oponente 2</i>	173
Tabla 82 <i>Resultados totales</i>	175

RESUMEN

El presente trabajo de emprendimiento tiene como objetivo la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles ubicada en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, Ecuador. El proyecto se lo realizó a través del desarrollo de cuatro capítulos que corresponden al diagnóstico, fundamentación teórica, propuesta y la validación.

En el diagnóstico situacional se realizó un análisis del entorno mediante el uso de la matriz AOOD y cinco fuerzas de PORTER que determinan que el emprendimiento posee condiciones favorables para su desarrollo. En la fundamentación se empleó una metodología de investigación descriptiva con un enfoque cualitativo-cuantitativo; además, del uso de técnicas e instrumentos de recolección de información como fichas de observación, encuestas y entrevista que fueron relevantes en la investigación.

Posteriormente en la propuesta a través de un estudio de mercado se determinó la demanda insatisfecha de los catálogos de servicios de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería, catálogos de servicios los cuales ofertará este emprendimiento; además, se planteó utilizar el modelo de negocios de marketing de afiliados para el posicionamiento de la empresa en el mercado. Consecuentemente el estudio financiero determinó la viabilidad económica mediante el uso de estados financieros proyectados e indicadores financieros.

Palabras claves: Negocio, servicios complementarios de construcción, inmuebles.

ABSTRACT

The objective of this research project is to create a company that provides complementary construction and maintenance services for property located in the city of Otavalo, province of Imbabura, Ecuador. The project was carried out through the development of four chapters that correspond to the diagnosis, theoretical foundation, proposal and validation.

In the situational diagnosis, an analysis of the environment was carried out through the use of the AOOR matrix and five PORTER forces that determine that the enterprise has favorable conditions for its development. In the foundation, a descriptive research methodology was used with a qualitative-quantitative approach; in addition, the use of information collection techniques and instruments such as observation sheets, surveys and interviews that were relevant in the investigation.

Subsequently, in the proposal, through a market study, the unsatisfied demand for the masonry, plumbing, electricity, painting and gardening service catalogs was determined, as well as the service catalogs that this undertaking will offer; in addition, it was proposed to use the affiliate marketing business model for the positioning of the company in the market. Consequently, the financial study determined the economic viability through the use of projected financial statements and financial indicators.

Key words: Business, complementary construction services, property.

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación relacionada con la prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.
- Fundamentar teórica y metodológicamente un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.
- Diseñar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.
- Validar los resultados del proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico

1.1.Introducción

En la actualidad los servicios de construcción demandan tanto en la fase preliminar como en la ejecución de la obra un seguimiento controlado en todas las etapas del servicio, esto implica contratar trabajadores que tengan conocimientos técnicos para realizar las labores eficazmente con materiales y equipos de construcción de calidad. En el trabajo se diagnosticará la situación actual del personal obrero del sector de la construcción utilizando el análisis PEST, PORTER y AOOR, en el cual, se examinará las particularidades existentes para innovar y mejorar el proceso de contratación de servicios complementarios de construcción. El objetivo del proyecto es diagnosticar la situación relacionada con la prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo de la provincia de Imbabura. Las actividades de estudio son las de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería con la finalidad de crear una fuente de ingresos propios, brindando seguridad al cliente mediante la contratación de trabajadores que presten servicios de construcción.

Después de revisar la información obtenida de la investigación, se determina que en la ciudad de Otavalo se está realizando una variedad de proyectos de construcción tanto públicos como privados, los mismos que demandan un alto grado de mano de obra, razón por la cual se decidió ubicar la empresa en esta localidad. Además, en el sitio se observa que existe oferta suficiente de trabajadores informales dedicados a la albañilería, electricidad, pintura, plomería y jardinería; sin embargo, se desconoce la experiencia laboral y capacidad de realizar los trabajos de la manera operativa técnica más adecuada. En la primera parte del documento se presenta los objetivos, justificación, propuesta y la identificación de variables involucradas en el proyecto

determinando los factores que intervienen en la puesta en marcha del negocio. Finalmente, en lo último del capítulo, se desarrollará una conclusión diagnóstica en función a todo el proceso de investigación, de tal manera que se pueda generar un contexto general para la creación del emprendimiento.

1.2.Objetivo

Diagnosticar la situación relacionada con la prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

1.3.Determinación y justificación del problema

Otavalo, también conocida como San Luis de Otavalo, es la cabecera cantonal, la segunda ciudad más grande y poblada de Imbabura y con más dinamismo económico. En este sitio se presenta tres actividades productivas principales que son el comercio, agricultura, ganadería, silvicultura y pesca y en tercer lugar la actividad de la construcción. En el año 2010 según Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo (2020), el cantón tiene 25.189 viviendas en todo el territorio, de las cuales 9.484 tienen un soporte estructural adecuado, es decir las paredes y el techo son de hormigón y 15.705 son de asbesto, zinc, teja, palma u otros materiales, además el porcentaje calidad de la construcción de los domicilios en condiciones buenas es de 44,39%, regulares 43,65%, y malas 11,96%.

Los nuevos asentamientos humanos desarrollados en el lugar acarrearán la necesidad de solicitar los servicios de construcción de una manera rápida y segura. En la localidad existen 7 constructoras legalmente constituidas, las cuales son ECOSTRONG S.A, GUALSAQUICONS S.A, CONSTRUCCIONES REYESAGUILAR C.I, INMOBILIARIA HOMETIO S.A, OTAVALOCONS S.A, ARCH-TEKTON y TIERRA NUEVA orientadas a la construcción de obras de ingeniería civil en general público o privadas, construcción de carreteras, conjuntos

residenciales, pistas, tuberías de saneamiento, minas, compra venta de inmuebles y Dercolim, negocio dedicado a la decoración y suministro de pintura en interiores según (Superintendencia de compañías, 2021). El crecimiento poblacional del lugar y los nuevos requerimientos de seguridad y mantenimiento residencial, traen consigo nuevas configuraciones en los inmuebles; por consiguiente, los domicilios deberán cumplir con la ordenanza sustitutiva para el ordenamiento arquitectónico, urbano y rural de Otavalo satisfaciendo tanto las necesidades legales, como las del beneficiario en las actuales construcciones o remodelaciones. En tal contexto se necesita de personal adecuado para la realización de las actividades, sin embargo, el sitio presenta precarias condiciones de contratación de personal para la construcción y mantenimiento de viviendas. Los clientes que solicitan estos servicios presentan incomodidades en la contratación de trabajadores capacitados debido a la falta de información acerca del personal con experiencia para la ejecución de las obras. Además, en el momento en que se contrata al empleado se debe supervisar las actividades, por lo cual, los demandantes de obras inmobiliarias vigilan a los obreros la mayor parte del tiempo para evitar que ocurran robos en el domicilio o que exista un uso inadecuado de los suministros a utilizarse en la labor. Por otro lado, los trabajadores de servicios complementarios para la construcción han presentado dificultades para ofertar sus servicios de la manera tradicional por medio de lugares de agrupación habituales, debido a que la población tiene inseguridad al contratar personal que no se encuentre afectado por la pandemia del Covid-19. En consecuencia, los usuarios se ven influenciados a contratar la mano de obra por recomendaciones de familiares o puntos de concentración para reducir el riesgo en la obra.

Uno de los lugares con mayor afluencia de prestadores de tales servicios es el parque Bolívar ubicado al frente del municipio de la ciudad, y otro con menor cantidad es la sede Bahai en la calle principal Quito y Antonio Ricaurte. Por medio de una observación directa realizada en

el parque Bolívar de la ciudad de Otavalo en noviembre del 2021 en la ficha de observación (Anexo 1), se puede evidenciar que entre las 7:00 y 10:00 de la mañana se encontraron 36 personas dedicadas a prestar servicios de construcción y mantenimiento de inmuebles en un rango de edad de 23 a 69 años de edad. De este total de personas se menciona que 14 son maestros principales que realizan todo tipo de servicios como albañilería, plomería, pintura e instalaciones de electricidad, 13 trabajadores que solo pueden realizar ciertas funciones, 8 ayudantes de obras y un jardinero que pueden realizar solo ciertas actividades, además los trabajadores mencionan que solo se agrupan en el sitio los días lunes y martes. La otra zona de agrupación es en la Sede Bahai mediante una observación directa en noviembre del 2021 en la ficha de observación (Anexo 2), se puede constatar que entre las 7:00 y 8:00 de la mañana se encontraron 11 personas dedicadas a la prestación de servicios de construcción en un rango de edad entre los 37 a 61 años de edad. Del total mencionado 7 son maestros principales que pueden realizar cualquier construcción y reparación en los domicilios, 2 solo pueden realizar solo ciertas actividades y 2 son ayudantes de obras, en adición los trabajadores mencionaron que solo se encontraban en el sitio los días lunes.

En la actualidad, la innovación en las tecnologías de la información y la comunicación han provocado una disrupción en la forma de ejecutar las actividades laborales, tal es el caso en los servicios de construcción. La opción más viable para satisfacer las necesidades de los consumidores es la implantación de una plataforma virtual y aplicación en la cual permita a la población acceder de una manera eficiente y eficaz los servicios de construcción y mantenimiento de inmuebles. La idea de negocio pretende mejorar la calidad de servicio de las labores de construcción por medio de la presentación de un portafolio de servicios con el personal adecuado para realizar la obra. Dentro del portafolio de servicios el cliente podrá conocer la experiencia laboral de los trabajadores, precios y diferentes estilos de construcción y mantenimientos de

domicilios a la vanguardia con las tendencias de moda. El servicio al utilizar las herramientas informáticas y de comunicación podrá ser solicitado en cualquier momento dando una atención al cliente rápida y oportuna; por consiguiente, también se supervisará el trabajo con el fin de asegurar el cumplimiento de las actividades sean estas de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería en los plazos establecidos. Finalmente, con el fin de garantizar un servicio completo a los demandantes de obras se le brindará un acompañamiento en la adquisición de equipos, materiales y trámites legales de construcción.

El trabajo tiene como propósito la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, ofertando de una manera más accesible, oportuna, eficiente la contratación de albañiles, plomeros, electricista, pintores y jardineros, con la finalidad de brindar una seguridad razonable satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

1.4.Propuesta de la idea de negocios

La empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles se ubicará en la ciudad de Otavalo, tendrá un catálogo de servicios actualizados con personal capacitado para ejecutar el plano o prototipo de proyecto a ejecutarse en las obras. Los trabajadores que prestarán los servicios serán supervisados con el fin de evitar pérdidas por entre las partes involucradas y generar seguridad en las labores durante el proceso. Las actividades se realizarán mediante los parámetros establecidos por la Ordenanza Sustitutiva para el Ordenamiento Arquitectónico, Urbano y Rural del cantón Otavalo y Ordenanza Sustitutita que Regula los Procedimientos para la Incorporación de Bienes Inmuebles Vacantes o Mostrencos al Patrimonio Municipal de Otavalo en las diferentes zonas urbanas y rurales de la zona. Las afiliaciones se establecerán mediante la utilización del modelo de negocio de marketing de afiliados con

ferreterías, profesionales del sector como arquitectos, ingenieros civiles, topógrafos para una atención completa y garantizada además de agregar a la cartera de servicios la opción de jardinería. Se visualizará la información a través de una plataforma virtual señalando el portafolio de servicios y trabajadores adecuados con antecedentes y fotografías de trabajos realizados anteriormente. En adición, se presentará un presupuesto de los materiales necesarios para el trabajo proporcionando un detalle de los mejores instrumentos de construcción y reparación de la obra. El negocio lo que pretende ofertar es la prestación de servicios complementarios de construcción en las viviendas, el valor agregado que lo diferenciará de otros es la innovación al contratar el servicio de forma oportuna, rápida y segura a través de la utilización de herramientas tecnológicas, las cuales reemplazarán las precarias condiciones de contratación de trabajadores.

El servicio contará con un portafolio de servicios donde se visualizará las actividades de albañilería, electricidad, plomería, pintura y jardinería. Al usar la técnica creativa de listado de atributos se diagnosticó la necesidad de aumentar la jardinería como un servicio adicional a presentarse en el portafolio. La presentación y promoción del catálogo se los realizará a través de redes sociales allí se encontrará los diferente servicios y modelos de construcciones y remodelaciones de inmuebles. En cada uno de estos servicios incluirá una evaluación preliminar mediante la planificación del presupuesto en mano de obra y materiales de construcción necesarios para la culminación del trabajo. Esto se desarrollará con el fin de brindar un servicio completo en las obras, en adición se establecerá alianzas con arquitectos, ingenieros civiles, topógrafos que faciliten los planos, documentación legal pertinente además de ferreterías que ayuden con la adquisición de productos de calidad. En la fase de ejecución para generar comodidad en los clientes, se designará un responsable para supervisar la obra, el cual supervisará el cumplimiento de todos los estándares de bioseguridad y operatividad técnica en las actividades para que las

labores estén terminadas en los parámetros establecidos en el contrato. El segmento del mercado al que está dirigido el servicio se lo puede determinar a través de las siguientes variables de segmentación:

- *Segmentación geográfica:* La creación del emprendimiento se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura en la ciudad de Otavalo, dado que constituye uno de los lugares con más dinamismo económico.
- *Segmentación demográfica:* El mercado meta al que se va a dirigir el proyecto son los residentes de viviendas que estén fuera del índice de pobreza. Los servicios de construcción se realizarán de forma oportuna y rápida en los inmuebles de la ciudad de Otavalo.
- *Segmentación pictográfica:* El servicio está dirigido a personas que soliciten construir, remodelar el domicilio, estos pueden ser arreglos de tuberías potables, electricidad, acabados de pintura o pisos y jardines, mantenimiento en soportes estructurales de hormigón, madera, loza, teja, cerámica, entre otros. Las construcciones, remodelaciones o mantenimiento se los realizara de acuerdo a los parámetros y preferencias establecidos por los clientes, teniendo en cuenta el número de miembros que ocuparan el inmueble.
- *Segmentación conductual:* Los consumidores podrán solicitar el servicio desde la comodidad de sus hogares a través de la aplicación y redes sociales de la empresa, además que lograrán visualizar los trabajadores más cercanos a su ubicación para la solución rápida que tenga en el inmueble. Se ha establecido que se contará con afiliaciones estratégicas, mediante la utilización de modelo de negocio de marketing de afiliados con profesionales del sector de construcción y ferreterías, brindando un

servicio completo en mano de obra y suministros a precios razonables y de calidad generando comunidad a los usuarios.

El modelo de negocio por el cual el proyecto tratará de generar ingresos y beneficios es el marketing de afiliados. Según Hotmart (2021) “el marketing por afiliación es una estrategia de generación de ingresos por promocionar los productos o servicios de otras compañías y cobrar comisiones por cada venta”, por lo tanto, se determina que al ser una empresa de servicios, es conveniente emplear el modelo de negocios, teniendo afiliados de productos y equipos relacionados con el sector de la construcción con la finalidad de generar ganancias y brindar un servicio completo a los clientes.

1.5.Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

En el manual de Oslo se definen cuatro tipos de innovaciones según (OECD & Statistical Office of the European Communities, 2005), que se detallara a continuación:

La innovación en la organización se refiere a la aplicación de nuevos métodos organizativos, estos pueden ser cambios en las prácticas empresariales, en la organización del trabajo y en las relaciones externas de la empresa. Se implementará alianzas estratégicas para brindar un servicio completo con arquitectos, topógrafos, ingenieros civiles y ferreterías. En la prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles se establecerán procesos de control y supervisión durante la fase preliminar y de ejecución de las obras con la finalidad de brindar seguridad y seguimiento a las obras. La innovación en producto representa cambios importantes en las características de los productos o servicios, e incluyen tanto aquéllos que son completamente nuevos, como los que han experimentado mejoras sustanciales. En el proyecto se implementará en la adquisición de servicios una planificación personalizada y proporción de información del

presupuesto de mano de obra y materiales de construcción previo a la realización del trabajo. Además, se instalará una aplicación en la cual los clientes visualicen un portafolio de servicios con el personal adecuado, en adición se podrá saber sobre la ubicación más cercana del trabajador que presta servicios para la construcción y mantenimiento de su inmueble.

Las innovaciones de proceso son cambios relevantes en los métodos de producción o distribución. En el negocio se creará una base de datos del personal que brinda servicios de construcción en la ciudad y se realizará una investigación del trabajador capacitado y adecuado para ejecutar las labores. La finalidad es proveer un servicio completo mientras se desarrolla alianzas estratégicas con profesionales dedicados al sector de la construcción. Además, se establecerá un plan de control interno y mitigación de riesgos en las actividades de planificación y ejecución de obras. Durante el desarrollo del trabajo, los clientes por medio de las redes sociales o la aplicación podrán conocer el progreso de obra.

La innovación en marketing consiste en utilizar una forma de negociación utilizando estrategias sustentables en diseño, envasado, posicionamiento, promoción o tarificación, siempre con el objetivo de aumentar las ventas. El proyecto mediante el modelo de negocio de marketing de afiliados, implementará la estrategia de generación de ingresos promocionando los productos o servicios de otras compañías y cobrar comisiones por cada venta, a través de la cual podrá expandir la cartera de clientes y posicionarse en el mercado. Se establecerán alianzas con negocios a fines al sector de la construcción como arquitectos, ingenieros civiles, topógrafos y ferreterías que promocionarán el negocio.

1.6. Identificación de las variables diagnósticas

Tabla 1

Variables e indicadores diagnósticos

Variables	Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> • Aspecto económico 	<ul style="list-style-type: none"> • PIB Nacional y de la industria • Limitación en financiamiento • Variación de precios de materiales equipos y maquinaria. • Construcciones de obras en Otavalo
<ul style="list-style-type: none"> • Aspecto político 	<ul style="list-style-type: none"> • Normativa relacionada con el giro del negocio • Entidades de control
<ul style="list-style-type: none"> • Aspecto social 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias en la construcción • Condiciones laborales de los trabajadores independientes • Experiencia del servicio
<ul style="list-style-type: none"> • Aspecto tecnológico 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación en procesos de construcción.
<ul style="list-style-type: none"> • Prestadores de Servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de servicio (albañilería, electricidad, pintura, plomería y jardinería) • Proveedores de equipos y maquinaria de construcción. • Capacitación del personal de servicios complementarios de construcción en bioseguridad laboral • Trabajadores informales independientes y productos sustitutos. • Innovación de tendencias de modelos de trabajos.
<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> • Asociaciones con negocios dedicados al sector de la construcción.

Elaborado por: La Autora

1.7. Matriz Diagnóstica

Tabla 2
Matriz Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> Identificar los aspectos económicos que influyen en la viabilidad del proyecto mediante la recopilación de información. 	<ul style="list-style-type: none"> Aspecto económico 	<ul style="list-style-type: none"> PIB Nacional y de la industria Limitación en financiamiento Variación de precios de materiales equipos y maquinaria. Construcciones de obras en Otavalo. 	<ul style="list-style-type: none"> Investigación documental 	<ul style="list-style-type: none"> Página web del INEC Vistas a bancos y cooperativas de la ciudad Página web del Banco Central del Ecuador GAD municipal o colegio de ingenieros de Otavalo.
<ul style="list-style-type: none"> Definir las políticas que regulan las áreas de la empresa, mediante la normativa vigente para la creación del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> Aspecto político 	<ul style="list-style-type: none"> Normativa relacionada con el giro del negocio. Entidades de control 	<ul style="list-style-type: none"> Investigación documental 	<ul style="list-style-type: none"> Biblioteca virtual Fiel Web Página Web del GAD municipal de Otavalo Páginas web de entidades de control.
<ul style="list-style-type: none"> Realizar un estudio de la situación actual en la que se desenvuelven los trabajadores dedicados a la construcción. 	<ul style="list-style-type: none"> Aspecto social 	<ul style="list-style-type: none"> Condiciones laborales de los trabajadores independientes. Experiencia del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha observación Entrevista arquitecto y residentes de viviendas. 	<ul style="list-style-type: none"> Visitas a personal independientes dedicadas a prestar servicios complementarios de construcción.
<ul style="list-style-type: none"> Determinar la situación del sector, mediante el estudio de parámetros técnicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Aspecto tecnológico 	<ul style="list-style-type: none"> Innovación en procesos de construcción. Sistemas de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> Investigación documental 	<ul style="list-style-type: none"> Revistas científicas. Revistas tecnológicas.
<ul style="list-style-type: none"> Determinar la calidad y tipo del servicio mediante la recopilación de información documental. 	<ul style="list-style-type: none"> Prestadores de Servicio 	<ul style="list-style-type: none"> Tipo de servicio (albañilería, electricidad, pintura, plomería y jardinería) Proveedores de equipos y maquinaria de construcción. Capacitación del personal de servicios complementarios de construcción en bioseguridad laboral 	<ul style="list-style-type: none"> Investigación documental 	<ul style="list-style-type: none"> Biblioteca UTN Página web del INEC
<ul style="list-style-type: none"> Identificar los mecanismos de comercialización del negocio para los servicios complementarios de construcción. 	<ul style="list-style-type: none"> Comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> Asociaciones con negocios dedicados al sector de la construcción 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha de observación. 	<ul style="list-style-type: none"> Dueños o administradores de ferreterías, arquitectos, ingenieros civiles y topógrafos.

Elaborado por: La Autora

1.8. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio

1.8.1. Situación del macro ambiente

Con el objeto de precisar los factores del entorno que pueden influenciar en el proyecto se realiza un diagnóstico bajo el análisis PEST, pues los aspectos político legal, socio cultural, económico, tecnológico y medioambiental crean las oportunidades para que surjan diversas unidades empresariales y se desenvuelvan en el entorno.

1.8.1.1. Político legal.

En la actualidad el sector de la construcción ha tenido un auge debido al aumento de asentamientos humanos. El negocio se constituirá jurídicamente a través de la normativa vigente emitida por las entidades gubernamentales. A nivel general se debe cumplir con los lineamientos que exigen la Constitución de la República del Ecuador y la ley de Compañías. A nivel nacional existe como norma general el Decreto Presidencial 883 que garantiza la vivienda para los sectores vulnerables, por tal motivo, en el territorio se ha fomentado la vivienda dispersa con la inversión del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda MIDUVI en los propios terrenos de las familias necesitadas (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2020). Por lo tanto, la implementación de una empresa que satisfaga a la población que planea construir o reparar inmuebles es necesaria brindando calidad en el servicio a contratarse. En la Ley de Compañías (2020), se dictamina que la empresa debe constituirse jurídicamente, por lo cual el negocio se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S, cuyo capital está dividido por acciones, este tipo de sociedad facilitará en la realización de actividades mercantiles.

En la localidad el Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del cantón Otavalo menciona las siguientes ordenanzas que deben cumplirse previo al proceso de construcción de inmuebles:

- Ordenanza de regularización de fraccionamientos y reestructuración de lotes en el cantón de Otavalo. La presente ordenanza tiene por objeto establecer los procesos y procedimientos de regularización de los fraccionamientos y reestructuración administrativa de lotes (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2021).
- Ordenanza sustitutiva que regula los procedimientos para la incorporación de bienes inmuebles vacantes o mostrencos al patrimonio municipal de Otavalo. Esta ordenanza regula el procedimiento a través del cual los poseedores de bienes inmuebles vacantes o mostrencos ubicados en el cantón acceden al derecho de propiedad por el modo de tradición, una vez que se cumplen los requisitos contenidos en el presente cuerpo normativo, a través de la correspondiente resolución de adjudicación, la misma que constituirá título suficiente para su inscripción en el Registro de la Propiedad (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2020).
- Ordenanza sustitutiva para el ordenamiento arquitectónico, urbano y rural del cantón Otavalo, el documento tiene como objetivo principal, disponer que las intervenciones arquitectónicas, urbanas y rurales, se avalen en los ámbitos técnico, ambiental, funcional y de seguridad en las viviendas al momento de construir una edificación en el terreno, (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2008).

Los parámetros mencionados se tomarán en cuenta como base para realizar cualquier obra o trabajo de construcción en el sector de Otavalo.

1.8.1.2. Socio cultural.

Otavalo al ser considerada uno de los sitios más dinámicos económicamente por la cultura indígena y los productos que elabora en la provincia, según (Gobierno Autónomo Descentralizado

Municipal del Cantón Otavalo, 2020) ha conllevado a aumentar el número de asentamientos humanos ,donde, se establece que varias viviendas y estas generalmente se componen de una comunidad, en el cual el 70,66% de la población se encuentra en sectores amanzanados y el 29,34% en los sectores dispersos. El nivel de hacinamiento en el sector rural se encuentra mayormente en el nivel de 2 personas por cuarto con un porcentaje de 64,90%, y en el sector urbano un porcentaje de 72,13% considerando que en este parámetro es un determinante para la calidad de vida de los habitantes, sin embargo, el porcentaje más bajo tanto en el sector rural y urbano es el nivel de 5 o más personas por cuarto que representa a nivel cantonal el 2.23%.

1.8.1.3. Económico.

En el aspecto económico en lo que se refiere a la relación entre hombres y mujeres del cantón Otavalo, la pobreza por NBI es de 67,5% y la mujer el 67,2%; no obstante, el índice de extrema pobreza es del 36,7% para los hombres y es algo mayor para la población femenina que es del 36,9% según datos del año 2010, por lo que la brecha en esta relación es relativamente pequeña. Por otro lado, el valor agregado bruto (VAB) al ser la medida de la producción de cada actividad o sector en una economía, se puede evidenciar que en la localidad las principales áreas son la manufactura, enseñanza, construcción y transporte, información y comunicaciones, sin embargo, el comercio y las actividades profesionales inmobiliarias en los últimos años ha tenido una tendencia al alta como fuente del valor agregado bruto dentro del cantón. El siguiente cuadro nos permite ver los valores VAB en cada actividad según datos proporcionados en la Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo, provincia de Imbabura (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2020):

Tabla 3
Indicadores VAB del Cantón Otavalo

INDICADORES VAB	Miles de dólares
------------------------	-------------------------

VAB - Agricultura, Ganadería, Silvicultura Y Pesca	29.328
VAB - Comercio	39.347
VAB – Manufactura	105.789
VAB – Construcción	46.391
VAB – Enseñanza	46.691
VAB - Explotación De Minas Y Canteras	1.039
VAB - Actividades De Alojamiento Y De Comidas	10.204
VAB - Actividades Financieras	19.241
VAB - Actividades Profesionales E Inmobiliarias	23.463
VAB - Administración Publica	15.187
VAB - Otros Servicios	13.689
VAB – Salud	17.568
VAB - Suministro De Electricidad Y De Agua	9.882
VAB - Transporte, Información Y Comunicaciones	40.130
Valor Agregado Bruto Cantonal	417.950

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2019

Elaborado por: La Autora

Dentro del mercado financiero se mantiene un crecimiento en las actividades comerciales a las que fluctúa el otorgamiento de créditos por parte de la banca pública y privada; por consiguiente, en la investigación se menciona que los créditos están destinados principalmente al comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, consumo no productivo y actividades de servicios administrativos y de apoyo , por otro lado, también en menor cantidad presenta el otorgamiento de montos de crédito en el sector de la construcción y vivienda no productiva según datos proporcionados en la Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2020)

Tabla 4

Monto de créditos según la actividad, otorgados por la banca pública y privada en el año 2019

Actividades	Miles de dólares año 2019
Agricultura, Ganadería, Silvicultura Y Pesca	3.406.111
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	11.826.503
Industrias manufactureras	6.551.947
Construcción	657.234
Actividades de alojamiento y de comidas	342.036
Consumo - no productivo	13.794.648
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	13.104.459
Vivienda - no productivo	1.782.517
Transporte y almacenamiento	1.167.726

Fuente: Superintendencia de Bancos, 2019

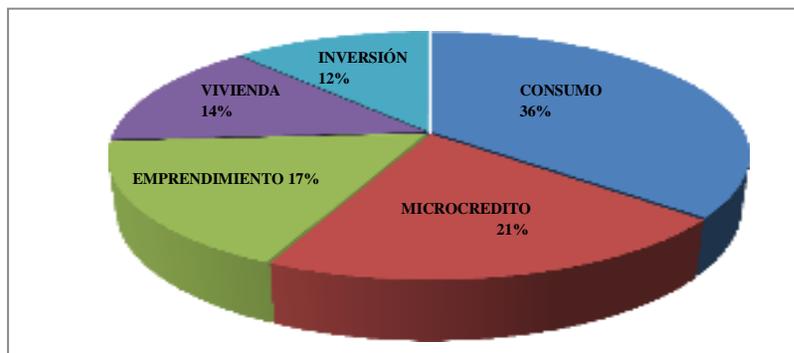
Elaborado por: La Autora

Los créditos están destinados principalmente al consumo y al microcrédito con un 36% y 21%, lo cual favorece a la economía de Otavalo en general, específicamente al sector manufacturero, por otro lado, al sector comercial debido a que el crédito de consumo está destinado a compra de bienes y servicios, adicionalmente, se puede evidenciar que los créditos también están destinados para la construcción o remodelación de viviendas en un 14% (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015). Los valores mencionados representan una oportunidad para los emprendimientos en la creación de negocios que satisfagan las necesidades

de los consumidores. En el siguiente cuadro se puede observar en porcentajes el destino de los créditos:

Figura 1

Destino de créditos



Fuente: CELAEP, 2014. (PD y OT, 2015).

Elaborado por: La Autora

1.8.1.4. Tecnológico.

En la actualidad la industria de la construcción ha aprovechado los avances tecnológicos para mejorar sus servicios y abaratar costos, así como también para fomentar la oferta de los mismos. Las redes sociales les ha permitido participar de licitaciones públicas electrónicas, publicitar sus productos, y establecer estrategias de marketing para consolidarse dentro del mercado. La tecnología también ha permitido mejorar los canales de venta, generando más proyectos inmobiliarios y haciendo cada día más necesario la contratación oportuna de personal que presten servicios complementarios de construcción. Los avances tecnológicos permiten procesar mejor la información masificándola, lo cual aumentan las expectativas de cada servicio y fomenta la competitividad por entregar servicios de calidad a los mejores precios del mercado.

1.8.2. Situación competitiva de la Industria

1.8.2.1. Análisis de PORTER.

- a) La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector.

En la localidad la rivalidad entre competidores alta porque en el mercado existen varias empresas que ofrecen servicios similares. Por esto la empresa manejará un modelo de negocio de marketing de afiliados, el cual expandirá la cartera de clientes y establecimiento de estrategias para posicionarse en el mercado. El negocio contará con un portafolio de servicios que se le presentará al cliente de forma personalizada, adicionalmente, se le entregará un reporte del presupuesto que le detallará el costo de la obra con los materiales adecuados. Además, a través de la implementación de una aplicación, los clientes podrán conocer la información del trabajador que va a laborar en su domicilio.

Se establecerá un liderazgo con precios asequibles con respecto a los competidores para poder tener una diferencia positiva al instaurar un servicio de calidad. Analizando la competencia existe la necesidad de tener una mayor participación en el mercado que se lograra a través del modelo de negocio del emprendimiento.

b) El poder de negociación de los proveedores.

El poder de negociación de los proveedores es alto, debido a que existe una gran variedad de proveedores, con alta calidad y precios adecuados. Por esta razón la empresa se manejará bajo un modelo de negocios de marketing por afiliación, para tener alianzas estratégicas con los proveedores. Los proveedores existentes son Ferreterías Económicas Otavalo, Bosna, Disensa Otavalo, Bodega Ferricentro, Ferretería El Artesano, Vasferricentro, Ferretería Ferronorte y Global Ferretería en la ciudad de Otavalo. Por medio de este modelo se podrá generar comisiones con los proveedores al comercializar productos y servicios con la cartera de clientes que posea el negocio.

c) El poder de negociación de los clientes.

El poder de negociación con los clientes es alto ya que es un mercado atractivo y con un alto crecimiento, teniendo en cuenta que los clientes demandarán los servicios por la calidad y seguridad de contratación. Los clientes pueden ser más complicados cuando los adquieran grandes cantidades de materiales de construcción como apalancamiento para negociar reducciones de precios.

d) La amenaza de nuevos entrantes.

El sector de la construcción se ha convertido en una actividad atractiva de emprender por lo que siempre habrá amenaza de entrada de nuevos competidores. Actualmente existen negocios que se dediquen exclusivamente a la prestación de servicios complementarios de construcción en actividades como albañilería, electricidad, pintura, plomería y jardinería. Se puede observar que en Otavalo existen constructoras legalmente constituidas que brindan servicios relacionados con el giro del negocio según la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. Sin embargo, se evidencio que las constructoras su enfoque de negocios estaba en ofertar sus servicios al estado en actividades a gran escala, como la construcción de obras viales, condominios y estas no se enfocan en realizar mantenimientos de obras ya realizadas en domicilios ya construidos. De acuerdo a las características del negocio se ha determinado como posibles competidores a los trabajadores independientes que ofertan sus servicios de manera independiente, visualizando servicios de albañilería, electricidad, pintura, plomería sin ningún tipo de ventaja competitiva.

En el proyecto la diferenciación de servicio se dará al implementar un servicio oportuno y de fácil de acceso para todo público, con garantía y respaldo del negocio y de los materiales de construcción utilizados en el trabajo. En este proyecto el monto de inversión será medio debido a que se contará con un stock de materiales y productos de calidad reconocidos en el mercado. El canal de distribución será de manera presencial y virtual, si bien el servicio se brindará

directamente al consumidor también se le dará una atención especializada por medio de una aplicación o redes sociales para brindar un servicio completo. En la implementación del proyecto el estado ha estado presentado apoyos a través de leyes y programas que ayuden al emprendimiento en la puesta en marcha para incentivar a los emprendedores.

e) La amenaza de productos o servicios sustitutos.

La amenaza de productos o servicios sustitutos será alta cuando los clientes realicen las labores de mantenimiento y reparación de inmuebles por su propia cuenta, economizando los costos y generando un grado de satisfacción mayor o similar al que hubieran utilizando el servicio del emprendimiento.

1.9. Matriz AOOR

Tabla 5
Matriz AOOR

Aliados	Oponentes
<ul style="list-style-type: none"> • Prestadores del servicio de albañilería, electricidad, plomería, pintura y jardinería. • Dueños o administradores de ferreterías, arquitectos, ingenieros civiles y topógrafos. • GAD Municipal de Otavalo • Entidades financieras • Desarrollador de software para la instalación y presentación de los servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia existente en el mercado • Trabajadores independientes en albañilería, plomería, electricidad y pintura
Oportunidades	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> • Los servicios ofertados serán de calidad, oportuno y de fácil acceso. • Generación de riqueza • Ampliación del mercado cantonal a nacional • Innovación en el proceso de adquisición de servicios. • Asociaciones con negocios dedicados al sector de la construcción 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad en el mercado • Poca aceptación del servicio en el mercado • Limitación en la solicitud de créditos • Incremento de costos de equipos de operación.

Elaborado por: La Autora

1.10. Conclusión Diagnóstica

Se diagnostica que, si bien existe oferta actual de empresas con servicios similares y trabajadores independientes informales dedicados al sector de la construcción, estos no satisfacen la demanda, convirtiéndose en una oportunidad de acaparar al mercado insatisfecho debido a las inconformidades que presentan los clientes por las precarias condiciones de contratación de albañiles, electricista, plomeros, pintores y jardineros en la ciudad de Otavalo. Por las reestructuraciones en las normativas del gobierno se encuentra la oportunidad de crear una empresa que ayude a satisfacer las necesidades de los demandantes de obras con un servicio de calidad, oportuno y de rápida de contratación de trabajadores de construcción. Por consiguiente, con los procesos tecnológicos instaurados para brindar un servicio completo y especializado en la contratación de obreros de construcción, la presentación y publicidad adecuada, servirán para realizar la distribución y comercialización del mismo. Adicionalmente, estará presente la contratación de personal capacitado para que labore en la empresa de servicios, en la cual se pretende implantar políticas internas que permitan contar con sistemas de calidad, estandarizados para una fácil regularización y control de estos, según las normas y leyes que dictaminan los diferentes entes de control.

Al concluir el capítulo se logra establecer que la ciudad presta todos los medios suficientes para llevar a cabo el presente proyecto, determinando que es pertinente desarrollarlo con los riesgos de iniciar un negocio nuevo con un servicio totalmente conocido para la población de Otavalo. Sin embargo, con la finalidad de minimizar este factor se establecerán alianzas estratégicas mediante el modelo de marketing de afiliados para ampliar la cartera de clientes y posicionarse en el mercado.

CAPÍTULO II

2. Fundamentación Teórica

2.1.Introducción

La fundamentación teórica, que se desarrolla a continuación, permite conocer los conceptos básicos necesarios para el entendimiento del desarrollo del proyecto. El objetivo es fundamentar teórica y metodológicamente el proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo. El capítulo estará conformado por la fundamentación metodológica y la fundamentación de la propuesta.

En la metodología para recopilar la información se realizará una investigación descriptiva con el fin de determinar las necesidades del mercado, esto se logrará mediante la utilización de un enfoque cualitativo-cuantitativo para conocer el número de demanda que existe en la ciudad, la frecuencia con la que se contrata el servicio y los tipos de servicios que son más demandados. En el trabajo posteriormente, se utilizará el muestreo probabilístico para la distribución de la muestra tomando en consideración la técnica correspondiente al muestreo estratificado proporcional, el cual será necesario para establecer el factor muestral aplicable para los estratos en el cantón.

En la propuesta se describirá los términos generales necesarios para el entendimiento del plan de negocio y los involucrados en el estudio. En adición, se definirá al marketing de afiliados y la utilización del lienzo CANVAS como herramienta de negocio a usarse en el proyecto, con el fin de comprender la forma en que este tipo de negocio podría llevarse a cabo; por consiguiente, se establecerán los términos específicos para conocer los servicios que ofrecerá la empresa al mercado.

2.2.Objetivo

Fundamentar teórica y metodológicamente un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

2.3.Fundamentación metodológica

2.3.1. Tipo de investigación

En el desarrollo del trabajo de grado se ha definido utilizar el tipo de investigación descriptiva, según Salvador Pérez et al., (2017) “la investigación descriptiva está orientada fundamentalmente a detallar un determinado objeto o fenómeno de la realidad, la cual facilita el estudio, y análisis de la aceptación del producto que se ofrece.”(p. 55). La presente investigación se aplicará para describir los problemas reales de los consumidores, determinar las necesidades y establecer la percepción sobre el mercado, además de determinar la prioridad del cliente frente al precio o calidad del servicio.

La investigación tendrá un enfoque mixto, es decir cualitativa y cuantitativa. Según Ruiz (2012):

La metodología mixta ofrece una visión mucho más completa de la realidad social, al recuperar los aspectos favorables de los modelos cuantitativos (análisis estadístico, muestreo probabilístico, aplicación de cuestionarios cerrados) y los integra con los del modelo cualitativo (interpretación de lo individual, entrevista abierta, observación participante) para la comprensión profunda de la información por parte de los individuos que componen a la sociedad. (p. 108)

Se implementó el enfoque cuantitativo para conocer el número de demanda que existe en la ciudad, la frecuencia con la que se contrata y los tipos de servicios que son más demandados.

Por otro lado, en la investigación cualitativa, los datos recogidos necesitaran estar en categorías con el fin de poder realizar comparaciones y posibles contrastes, de manera que se pueda organizar conceptualmente los datos y presentar la información siguiendo algún tipo de patrón, en el emprendimiento se investigará la atención que se desea obtener y tipo de beneficios que necesitan los clientes en los servicios complementarios de construcción.

2.3.2. Método

Los métodos que se describirá a continuación ayudaran en la obtención de los datos y resultados que se esperaron al cumplir cada uno de los objetivos ya planteados en el documento

Método Inductivo

Este procedimiento parte de la observación y la experimentación de fenómenos particulares para establecer relaciones y predicciones, analizando casos particulares a partir de los cuales se extraen conclusiones de carácter general (Ruiz, 2012, p. 97). Se utilizará este método para realizar las conclusiones finales de los resultados que se presentará en el proyecto.

Método Analítico

En este método según Ruiz (2012), “consiste en separar las partes de un fenómeno que se pretende estudiar, observando de manera secuencial sus causas y efectos, esto con la idea de comprender su naturaleza” (p. 89), lo cual permitirá conocer de forma más detallada, así como describirlo y explicarlo. Dentro de la investigación este método facilitará el análisis de los datos recopilados de la investigación en las viviendas encuestadas y profesionales dedicados al sector de la construcción, analizando los problemas que presentan al solicitar los servicios y crear una alternativa base para el mejoramiento de los servicios.

2.3.3. Tipo de muestreo

2.3.3.1. Muestreo probabilístico.

En el trabajo se utilizará el muestreo probabilístico en el cual en la distribución de la muestra se tomará en consideración la técnica correspondiente al muestreo estratificado proporcional. La muestra estratificada con afijación proporcional minimiza el error típico relacionando por subgrupos la variable objeto de estudio (Sánchez Carrión, 2018, p. 33), para lo cual será necesario establecer el factor maestral aplicable para los estratos en la ciudad de Otavalo.

2.3.3.2. Población.

En la presente investigación se tomó como población al número de viviendas las cuales fueron representadas por una persona jefe de hogar de la ciudad de Otavalo del área urbana y rural, según datos de la actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo, corresponde al año 2018 a 73.920 viviendas las mismas que se encuentran clasificadas de acuerdo al tipo de parroquia, y que se hallan comprendidas de la siguiente manera:

Tabla 5

Número de viviendas construidas por parroquia en el cantón Otavalo.

Parroquia	Cantidad	Porcentaje
San Luis (Otavalo)	13.672	18,50%
El Jordán (Otavalo)	18.921	25,60%
Dr. Miguel Egas Cabezas	4.460	6,03%
Eugenio Espejo (Calpaquí)	6.392	8,65%
González Suárez	4.849	6,56%
San Pedro de Pataquí	220	0,30%
San José de Quichinche	4.819	6,52%
San Juan de Ilumán	6.422	8,69%
San Pablo del Lago	8.207	11,10%
San Rafael de la Laguna	5.050	6,83%
Selva Alegre	908	1,23%
Total	73.920	100,00%

Fuente: Equipo Consultor, 2020. (PD y OT, 2020).

Elaborado por: La Autora

El total de viviendas anteriormente expuesto corresponde a viviendas propias y arrendadas. También se consideró como población a los trabajadores informales que realizan el trabajo de

albañilería, electricidad, plomería, pintura y jardinería que se ubican los días lunes y martes en el Parque Simón Bolívar y en la sede Bahai los días lunes frente a la entrada. Adicionalmente se tomó como población a los propietarios de grandes ferreterías y distribuidoras de material de construcción y acabados para la construcción de la ciudad de Otavalo; tales como Ferrocolor, Bosna, Disensa Otavalo, Bodega Ferricentro, Ferretería El Artesano, Vasferricentro, Ferretería Ferronorte Y Ferretería Ferro-Repuesto.

Tabla 6

Población a investigar

Descripción	Datos
Viviendas de la ciudad de Otavalo	73920
Propietarios de ferreterías y distribuidoras de material de construcción y acabados	8
Trabajadores informales	47

Elaborado por: La Autora

2.3.3.3. Selección de una muestra.

Se procederá con el cálculo de la muestra mediante la siguiente fórmula:

De donde;

n= Muestra

N= población

z= nivel de confianza 1.96

$\sigma^2 = 0.5$

E= Error 5%

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

$$n = \frac{73920 \times (1,96)^2 \times (0,50)^2}{(0,05)^2(73920 - 1) + (0,05)^2 \times (0,50)^2}$$

$$n = 382$$

Para la distribución de la muestra se tomará en consideración la técnica correspondiente al Muestro Estratificado Proporcional, para lo cual fue necesario establecer el factor muestral aplicable para los estratos por parroquias que servirá para la realización de las encuestas.

$$n_i = n * \frac{N_i}{N}$$

Donde:

N= número de elementos de la población

n= muestra general

Ni= Población del estrato

2.3.4. Técnicas e instrumentos

La recopilación de datos se los realizara por medio de encuestas, entrevista y observación. Los instrumentos a utilizarse en el trabajo que los define Ruiz (2012) como:

Encuesta

Instrumento de investigación en el cual se obtiene información de personas mediante el uso de cuestionarios. Las encuestas serán realizadas con la finalidad de recoger información sobre la necesidad de una empresa que preste servicios de construcción en actividades de albañilería, electricidad, plomería, pintura y jardinería.

Entrevista

La entrevista consiste en interrogar, con la ayuda de un guion a una persona para obtener información, la cual registra el investigador, esta puede ser individual grupal, abierta o cerrada. La entrevista será aplicada a un profesional dedicado al sector de la construcción que conozca el

proceso de trabajo u obras y los problemas que presentan al contratar trabajadores informales de construcción.

Observación

Actividad empírica que consiste en constatar por cuenta propia el fenómeno y en el contexto en que se ocurre que está investigando, con la finalidad de registrar la información. La observación directa, se empleará para obtener información necesaria para complementar la encuesta y la entrevista, esta se aplicó a los trabajadores informales que prestan servicios de construcción y mantenimiento en áreas de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería para la elaboración del diagnóstico, además también se la aplicara a propietarios de ferreterías y distribuidoras de material de construcción.

2.4. Fundamentación de la propuesta

2.4.1. Términos Generales

2.4.1.1. Plan de negocio.

El plan de negocio según Luna González, (2016) “es la determinación documentada que contempla el proceso de planeación estratégica, el estudio de mercado, técnico financiero, marco legal y ponerlo en práctica para lograr los efectos fijados” (p. 41), con lo que complementa Rodríguez Aranday (2018), el cual manifiesta que “ofrece la posibilidad de ordenar, estudiar, analizar y aclarar la idea que se tiene percibida del negocio, así como ayudar al cumplimiento y alcance de los objetivos para los que se formula” (p. 16), con la finalidad de servir como instrumento de planificación para lograr los objetivos propuestos del proyecto.

2.4.1.2. Empresa

Empresa lo define Antón Pérez (2011) como “una organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos” (p. 9), con este concepto

coincide Luna González (2016) al señalarla como “una sociedad integrada sinérgicamente por recursos humanos, financieros, materiales y técnicos que aplican en forma la administración para producir bienes o servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad” (p. 260). Los objetivos de esta unidad es la rentabilidad perseguidos en mayor o menor medida por todas las empresas privadas, crecimiento y de poder de mercado, lo que tiene como consecuencia el fortalecimiento de la posición de la empresa, estabilidad e integración con el medio, dado que la empresa tiene la consideración de sistema abierto, es imprescindible para su supervivencia que consiga mantener una situación de estabilidad y adaptabilidad a las nuevas condiciones del entorno y por ultimo objetos sociales para conseguir una mayor aceptación de la misma (Garzón Agudelo et al., 2019). “Se reconocen diferentes tipos de empresas, según la actividad económica pueden se empresas agropecuarias, mineras, industriales, comerciales y de servicio” (López Calvajar et al., 2018), por lo cual, la empresa constituye como un ente económico importante en cualquiera que sea su razón social para el desarrollo y producción de los bienes y servicios necesarios para la sociedad.

Empresa de servicios

Las empresas de servicios proporcionan un servicio al consumidor, estos pueden considerarse lucrativos y no lucrativos (Luna González, 2016, p. 261). Este tipo empresas proporcionan elementos no tangibles que cubren necesidades específicas, las características de los servicios según EAE Business School (2021) pueden ser intangibles, inseparables, efímeros e invariables.

2.4.1.3. Modelo de negocio.

El modelo de negocio menciona Casadesus Masanell & Ricart Enric, (2010) “es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos interrelacionados, que permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica”. Con esto coincide (Svejenova et al.,

2010) al señalarla como un conjunto de actividades, organización y recursos estratégicos que transforman la orientación establecida por la empresa en una proposición de valor distintiva, permitiendo a la misma crear y capturar valor; por consiguiente, se la considera una herramienta previa al plan de negocio que permitirá definir con claridad que va a ofrecer al mercado, además la manera de validar el modelo de negocio es teniendo clientes que paguen por el servicio.

2.4.1.4. Marketing de afiliación

El Marketing de Afiliación o de Resultados según Rodríguez Vázquez & Rodríguez Fernández (2012) es una forma de promocionar, comercializar y distribuir productos y negocios por internet mediante el cual un afiliado recibe una comisión por cada visitante, registro, cliente o venta que resulte de sus esfuerzos; por consiguiente, señala (Hotmart, 2021) que está orientado hacia la generación de leads con la finalidad de generar retorno financiero. El tipo de promoción a utilizarse es el *coste por ventas (CPV)*, en este modelo, el afiliado sólo recibe la comisión cuando el enlace compartido por él genera ventas siendo la más viable para los emprendimientos.

Adicionalmente se describe que “los afiliados se inscriben directamente a través de las plataformas, que son las responsables de la administración de los programas y del desarrollo técnico” según (Rodríguez Vázquez & Rodríguez Fernández, 2012) .

Por lo tanto, en el marketing de afiliación puede haber un vendedor y varios afiliados, donde el afiliado no tiene la obligación de tener un canal exclusivo, sin embargo, es recomendable que lo tenga para abarcar más clientes en el mercado y por ende generar más retorno de financiero. A continuación, algunos canales que se pueden utilizar para la divulgación y la venta de productos según (Hotmart, 2021) son los sitio web o blog, redes sociales, e-mail marketing que estratégicamente brindan la oportunidad de construir una relación a largo plazo, entregar contenido de calidad a esas personas, e incluso convencerlas a hacer la compra; por consiguiente no solo se

ofrece la venta del servicio de mano de obra, sino se emplea agregado un valor al proporcionar los materiales e instrumentos necesarios a través de los proveedores involucrados en el marketing de afiliación.

Además, se utilizará el lienzo Canvas como una herramienta que permitirá realizar el análisis de la idea del negocio. Según Osterwalder A. (2004) es un método que describe la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor y este se compone de nueve bloques que se explicarán uno a uno a continuación:

- *Segmento de mercado.* Define los diferentes grupos a quienes se dirige una organización. Los clientes son la pieza clave de cualquier negocio y dividirlos en segmentos como necesidades, comportamientos, características comunes.
- *Propuesta de valor.* Describe los productos y servicios que crean valor para el segmento de mercado determinado anteriormente.
- *Canales.* Explica la manera en que la organización se comunicará con los diferentes segmentos del mercado y cómo llegar a ellos y proporcionarles la propuesta de valor previamente establecida.
- *Relaciones con los clientes.* Describe los tipos de relaciones que establece una organización con los clientes, esta puede ser personal o de manera automatizada.
- *Fuentes de ingresos.* Determina el flujo de caja que genera la organización en los diferentes clientes.
- *Recursos clave.* Detalla los recursos (humanos, financieros, etc.) importantes para que el modelo de negocio funcione.
- *Actividades clave.* Refiere las acciones que debe emprender la organización para que el modelo de negocio funcione.

- *Asociaciones clave.* Establecer los proveedores y socios que contribuyen al correcto funcionamiento del modelo de negocio.
- *Estructura de costes.* Describir los costes que implica la puesta en marcha del modelo de negocio.

2.4.1.5. Estudio de mercado.

El estudio de mercado es necesario implementarlo en el proyecto, debido a que en este se realiza un análisis de los datos obtenidos mediante la utilización de las técnicas de investigación, Luna González (2016) señala “es la base del plan de negocio, dado que ubica de manera integral la demanda o necesidad de un producto o servicio en la sociedad, población, mercado, cliente o consumidor” (p. 80). Con esto coincide (Rodríguez Aranday, 2018) al indicar que es un documento que contiene los resultados del estudio de la demanda que el bien o servicio tendrá entre su mercado meta. En este estudio se debe describir, las características y estrategias de comercialización, promoción y difusión del servicio que se prestará, en adición se debe señalar si los bienes son de consumo final, bien intermedio o bien de capital o servicios.

2.4.1.6. Segmentación del mercado.

Dentro del proyecto es necesario establecer varios estudios que ayudarán a recoger características de los clientes potenciales en el mercado. A continuación Quaranta (2020), describe los tipos de segmentación que ayudaran a identificar a los clientes potenciales:

- *Geográfica:* Implica agrupar el mercado en función de unidades geográficas establecidas, tales como nación, provincia, estado, ciudad, localidad, región.
- *Demografía:* En esta clasificación de clientes se tienen presentes variables como la edad, sexo, tamaño de la familia, ingresos, ocupación, genero.

- *Psicográfica:* Aquí se busca identificar aspectos vinculados a la psicología del consumidor, su personalidad, su perfil y otros como clase social, estilo de vida o personalidad.
- *Conductual:* Se dividen en grupos sobre la base del comportamiento del cliente ante el producto como, por ejemplo, el nivel de comprensión o conocimiento de un producto, su actitud ante la compra, la manera de utilizarlo, si está o no fidelizado.

En el presente estudio también se calcula la población y la muestra donde (Salvador Pérez et al., 2017, p 56), indica que la población es el conjunto universo de elementos a estudiar, que tienen una o varias características comunes y debe estar bien definido y de esta población la muestra comprende una parte representativa de la población universo. La muestra resultante servirá para definir la población que ayudará en el estudio de la investigación del proyecto, por esta razón la segmentación en el proyecto es importante para identificar al grupo más conveniente. Los elementos mencionados establecerán el rango de estudio que definirá la rentabilidad del negocio en el mercado.

2.4.1.7. Demanda.

La demanda se constituye por la cantidad de consumidores o clientes dispuestos a adquirir el servicio, Cruz Fernández (2018), describe a la demanda “en un entorno económico consiste en el conjunto de productos y servicios que se mueven en un momento dado dentro de un lugar” (p. 71). Adicionalmente, Flórez Uribe (2016), menciona que la demanda es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio, para su estudio se aplican estudios de datos históricos que permitan analizar el comportamiento del mismo; por consiguiente con base a la información recolectada, se es posible proyectar el comportamiento futuro de la demanda (pág. 58).

2.4.1.8. Oferta.

En el entorno económico se entiende como la cantidad de bienes y servicios disponibles en el mercado. (Pérez Brito & Pacheco Coello, 2018, p. 37) la refiere como “identificar a quienes ofrecen los productos en la actualidad”. No obstante, en el estudio de la oferta añade (Flórez Uribe, 2016, p. 66) que se debe identificar a los proveedores evaluando que procesos tecnológicos, de producción y comercialización utilizan, analizar el comportamiento del mercado de insumos, porque dependiendo del tipo de empresa que atiende los suministros al mercado, así será el manejo de las políticas de precios, oportunidades de entrega de la materia prima, política de ventas, etc.

2.4.1.9. Producto.

En el proyecto es necesario definir el servicio o producto que la idea del negocio implantará en el mercado, según (Pérez Brito & Pacheco Coello, 2018, pág. 37) define al producto como “características, accesorios, instalación, servicio, garantía, líneas, empaque o marca”. En el proyecto producto a entregar a los clientes los servicios de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería.

2.4.1.10. Precio.

En el estudio de mercado se debe analizar los factores que intervienen en el establecimiento del precio del servicio que se ofertará en la idea de negocio. Según (Puentes Montañez et al., 2019, p. 67) define al precio como el valor económico que se da a cambio de un bien o servicio, los precios constituyen la clave de los ingresos que percibe una organización, por esto, la asignación de un precio es de suma importancia, de manera que debe ser adecuado para el mercado; por consiguiente, también para la asignación de se debe analizar algunos condicionantes como los costos, demanda de los productos, precios del mercado, medios de producción, tipos de clientes, zonas geográficas, canales de distribución y promoción. Es importante evaluar los factores internos

y externos que definirán el precio de los servicios debido a que a través de este estudio se identificara la sensibilidad de los consumidores en relación al precio que se implantara en el mercado.

2.4.1.11. Marketing

El marketing señala el autor Soriano Llobera et al., (2015) es el análisis, organización, planificación y control de los recursos, políticas y actividades de la empresa que afectan al cliente, con visualizaciones de contenido a vistas a grupos escogidos de clientes, y obtener con ello una ganancia. Este se sustenta en tres pilares: la investigación de mercados, la selección del modelo de negocio y de la estrategia, así como de su materialización a través de las herramientas del marketing mix con lo que complementa (Quaranta, 2020) al mencionar que es una de las herramientas más tradicionales en la cual se intenta definir una mezcla de mercadotecnia que mejor satisfaga la necesidad del público meta objetivo. El marketing mix expone es esencial no solo para las grandes empresas sino también para las Pymes, ya que este se constituye de 4 elementos fundamentales producto, precio, plaza y promoción, lo cuales permiten darse a conocer en un mercado y de esta forma ganar posicionamiento, reduciendo los riesgos y llegando a subsistir dentro del mercado (Figuroa Soledispa et al., 2020), a continuación, los elementos del mix de marketing son el precio, producto, promoción y distribución esenciales para establecer el precio y posicionar el servicio en el mercado adecuado.

2.4.1.12. Estudio técnico

El estudio técnico menciona el autor “consiste en ubicar, analizar, definir, diseñar el tamaño y localización óptima, así como investigación de necesidades de infraestructura, proceso de producción, activo fijo, micro y macro localización del negocio” (Luna González, 2016, p. 132), también (Rodríguez Aranday, 2018, p. 38) menciona que su objetivo básico es demostrar la

viabilidad del proyecto, justificando seleccionar la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnologías accesibles. El estudio técnico en el proyecto ayudara a conocer la localización y tamaño del proyecto, además de conocer los factores o implementos necesarios para la puesta en marcha del negocio.

2.4.1.13. Tamaño del proyecto

Para definir el tamaño óptimo del negocio, es básico realizar estudios para obtener información de muchas fuentes para identificar las variables que condicionarán el tamaño del proyecto, (Quaranta, 2020, p. 63) señala que para determinación del tamaño del proyecto se debe analizar, el nivel de producción; el nivel de planta; y el de recursos físicos, monetarios, materiales, y humanos, entre otros. Por otro lado, se debe establecer la capacidad instalada del proyecto por lo cual señala (Rodríguez Aranday, 2018, p. 40), la capacidad instalada y se entiende como la capacidad de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo; hora, turno, día , mes o año, adicionalmente los factores condicionantes que determinan el tamaño son la demanda, suministro de materias primas, insumos, tecnología, equipos y manufactura. El tamaño del proyecto lo establecen a través de la identificación de los recursos, económicos, tecnológicos, humanos, maquinaria y materiales involucrados en el proceso de entrega del servicio.

2.4.1.14. Localización

Se deberá realizar un análisis de las variables que permitan determinar el lugar en donde se ubicará el proyecto, lo cual “comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocida como microlocalización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto” (Flórez Uribe, 2016, p. 73). Adicionalmente, se debe identificar algunos factores determinantes para la localización del proyecto, según Rodríguez Aranday (2018), “son

la localización de la materia prima, disponibilidad de la mano de obra, terrenos disponibles, facilidades de transporte, cercanía del mercado, facilidades de distribución, disponibilidad de los servicios básicos, leyes y reglamento y clima” (p. 47). El método a usarse en el proyecto para determinar la localización es el método cualitativo por puntos, este consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes como los geográficos, institucionales, sociales, económicos, jerarquizando los factores cualitativos asignando un peso a cada factor y señalando una escala común a cada factor (Rodríguez Aranday, 2018). A estos factores se les da un peso y los lugares que obtengan al mayor peso serán los posibles lugares de localización del proyecto.

2.4.1.15. Ingeniería del proyecto

“En la ingeniería del plan estratégico de negocios se busca dar la solución a todo lo referente a la instalación, acción, descripción del proceso, adquisición de maquinaria y equipo; distribución óptima y la estructura que tendrá la planta productiva” (Luna González, 2016, p. 142). Dentro de la ingeniería del proyecto se encuentra involucrado el estudio de los recursos humanos, financieros, materiales y técnicos; por consiguiente, emplear técnicas como el diagrama de bloques, hojas de proceso, ayudarán a describir y explicar el proceso de entrega y salida del servicio.

2.4.1.16. Estudio administrativo

Según Vierreira Ávila (2020), “el desarrollo del estudio administrativo se orienta a determinar el tipo de entidad a constituirse, así como la fijación del direccionamiento estratégico de la misma” (p. 88). Adicionalmente Quaranta (2020) menciona al organigrama, tipo societario, manual de funciones, cursograma, camino crítico, diagrama de flujo, FODA y filosofía empresarial (misión, visión, valores, objetivos estratégicos) como herramientas administrativas a considerarse

en esta instancia. Por ende, en la creación de la empresa brindará un direccionamiento controlado estratégico en los aspectos organizacionales corporativos, administrativos, laborales, legales y tributarios dentro de la entidad.

Misión

El autor menciona que la misión “establece el perfil de la organización y refleja la identidad y sentido de la empresa” (Pedraza Rendón, 2015, p. 11), adicionalmente añade Luna González (2016), “la misión o razón de ser de un negocio es un breve enunciado que sintetiza los principales propósitos estratégicos y valores que deberán ser conocidos, comprendidos, así como compartidos por todas las personas que colaboran en el desarrollo del negocio” (p. 51). En el negocio comprenderá la razón de ser de la empresa de servicios.

Visión

Visión manifiesta Galindo Ruiz (2011), “es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a dónde quiere llegar la empresa o proyecto a futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativas, las cuales deben estar alineadas con la misión organizacional” (p. 50) Además indica (Pedraza Rendón, 2015) “cuando se invierte en un negocio, se contempla un horizonte de planeación en donde la administración determina el rumbo al que se desea llegar” (p. 11). Por consiguiente, en el negocio se deberá establecer en un tiempo a futuro una meta organizacional con la finalidad de establecer un direccionamiento positivo en el mercado.

Valores

Valores según el autor expresa “ideales bastante estables que influyen en la naturaleza de la conducta de la gente, moldeándolas” (Luna González, 2016, p. 271). Además según Rodríguez Aranday (2018), “es la descripción de las cualidades con las que cuenta la organización en términos de su gente, desarrollo, investigaciones, procesos” (p. 20). Dentro del proyecto permitirán

establecer un marco ético y moral adecuado en los procesos y procedimientos involucrados en la recepción y entrega de los servicios a los clientes.

Organigrama

Según Pedraza Rendón (2015), “se utiliza organigramas para describir el esqueleto de la estructura organizacional de manera gráfica, solo muestra las etiquetas de posiciones y la cadena de mando desde el nivel más alto hasta los más bajos” (p. 270), adicionalmente complementa (Quaranta, 2020) “el organigrama, al ser una representación gráfica de la estructura, las líneas jerárquicas, las dependencias y los niveles de actuación, indicara los principales puestos que se deben cubrir” (p. 71). En el proyecto será útil el organigrama para mostrar gráficamente los títulos de puestos y cargos que desempeñen las diferentes áreas de forma gráfica.

Manual de funciones

El manual de funciones “expresa todas las actividades que debe desarrollar un trabajador en determinado cargo” (Galindo Ruiz, 2011, p. 126). También es considerado “un instrumento de administración de personal, que refleja las funciones, competencias y perfiles establecidos para los cargos de la institución y la base que sustenta a la capacitación y la evaluación del desempeño” (Universidad del Pacífico, 2017, p. 3). El manual de funciones permitirá en el proyecto informar al personal de la organización conocer las funciones, aptitudes y actitudes que debe desempeñar en su cargo.

Diagrama de flujo

El diagrama de flujo “describe los pasos internos y externos al área de producción por el que debe recorrer la materia prima e insumos hasta tener el producto final” (Salvador Pérez et al., 2017, p. 82), adicionalmente añade Rodríguez Aranday (2018), “posee detalles e información del proceso, donde se usa una simbología aceptada para representar las operaciones efectuadas” (p.

50). El proyecto a través de los diagramas de flujo dará a conocer el proceso de recepción y entrega del servicio que soliciten los clientes en sus inmuebles.

Base legal

En el momento que nace la idea del negocio, es importante analizar factores que inciden en el funcionamiento y desarrollo para la puesta en marcha del negocio, según Salvador Pérez et al. (2017) la empresa debe escoger el nombre comercial con el que va a trabajar en el mercado (p. 88), adicionalmente explica Quaranta (2020) “ el tipo societario nos enmarcara en la estructura legal y será la base para diseñar el organigrama en la institución” (p. 71).

Existen diferentes tipos de sociedades por la que una empresa puede constituirse, en el caso de proyecto es más viable que la empresa se constituya por una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S). La sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) según Ley de Compañías (1999) “es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre mercantil, independientemente de sus actividades operacionales”.

2.4.1.17. Estudio financiero.

El estudio financiero consiste según Luna González (2016):

En analizar y determinar la cantidad necesaria para realizar el plan estratégico de negocios, en el cual se describirá los montos determinados en el estudio de mercado y técnico, como lo son la determinación de los costos de producción que incluyen la materia prima, la mano de obra, costos indirectos, gastos de administración y los gastos financieros (p. 160).

Con lo que concuerda otro autor, al indicar que comprende al monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación (Puentes Montañez et al., 2019). El estudio financiero permitirá detallar la capacidad económica en el estado actual de

su puesta en marcha y predecir los futuros periodos económicos del proyecto, determinando la sustentabilidad y viabilidad del negocio.

2.4.1.18. Estado de situación financiera.

El estado de situación financiera de la empresa detallará a los usuarios internos y usuarios externos del negocio como la empresa económicamente inicia un periodo económico. Además es uno de los estados contables de mayor importancia en una empresa, puesto que muestra de forma sintetizada su situación financiera durante un periodo determinado, así como la relación valorada de lo que poseen los dueños u accionistas en las secciones del activo, pasivo y patrimonio en un solo documento (Puentes Montañez et al., 2019, p. 133). Adicionalmente añade un autor que “sirve de base para integrar a las proyecciones financieras que el proyecto espera realizar y debe corresponder al día anterior a la iniciación de las operaciones de la empresa” (Flórez Uribe, 2016, p. 108).

En el proyecto se detallará en el estado de financiera inicial todos los valores con los que el negocio iniciará, sirviendo de base para el cálculo de las operaciones que se proyectará en los periodos contables posteriores.

2.4.1.19. Estado de resultados.

El estado de resultados según Luna González (2016) “es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio” (p. 172), adicionalmente se añade que “su importancia radica en calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo que de manera general representan el beneficio real que dicha empresa haya podido generar” (Puentes Montañez et al., 2019, p. 133). Este estado detallará si en la finalización del periodo contable el negocio terminará con ganancias o pérdidas en el año.

Ingresos.

Se define a los ingresos como “una retribución que se obtiene por realizar una actividad” (Garzón Agudelo et al., 2019, p. 75), también se indica que el presupuesto de ingresos “se refiere a la información de carácter monetario que resulta de la operación de una empresa en determinado periodo de tiempo” (Puentes Montañez et al., 2019, p. 133) . Los ingresos en el proyecto serán las ventas que se realicen por el servicio de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería.

Egresos.

Dentro del componente de egresos de acuerdo a la actividad económica incluye varios elementos, el presupuesto de egresos lo define como “los costos en que se incurren para su instalación, mantenimiento y producción, así como la descripción de los gastos administrativos y ventas” (Puentes Montañez et al., 2019, p. 130). Dentro del proyecto los egresos se entienden como aquellas erogaciones necesarias para la puesta en marcha de la empresa de servicios.

2.4.1.20. Estado de flujo de efectivo.

El estado de flujo de efectivo “el propósito básico de la estimación de los flujos de efectivo es proporcionar información sobre los ingresos y pagos de efectivo de una entidad comercial durante un periodo contable” (Varios, 2015, p. 36), también se indica que “permite calcular la rentabilidad generada por el dinero de quien invierte en el proyecto” (Salvador Pérez et al., 2017, p. 105). Por ende, en el proyecto nos indicará las ganancias que la empresa de servicios tendrá en el ejercicio contable anual.

2.4.1.21. Indicadores financieros.

Los indicadores financieros se entienden como aquellos elementos que utilizan los entes económicos, con la finalidad de evaluar la viabilidad de la empresa. Los indicadores financieros más utilizados con este propósito son el valor actual neto (VAN), Tasa interna de rendimiento

(TIR), relación beneficio – costo (RBC), periodo de recuperación (PRI), punto de equilibrio y análisis de sensibilidad.

VAN

El autor lo define como un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión u proyecto, dada una tasa de rentabilidad mínima exigida” (Soriano Llobera et al., 2015, p. 107). Además , se establecen algunos criterios de análisis del VAN, el autor (Vierreira Ávila, 2020, p. 38) menciona si el VAN es mayor que cero, entonces es factible ya que la rentabilidad generada es mayor que la rentabilidad requerida; sin embargo, si el VAN es menor que cero, entonces no es factible ya que la rentabilidad generada es menor que la rentabilidad requerida; no obstante, si el VAN es cero, entonces está en el punto mínimo de aceptación. En el proyecto nos ayudara a determinar si el valor añadido del negocio es suficiente en el periodo contable.

TIR

La tasa interna de rendimiento según el autor la define como:

El valor presente neto se determina en base a la tasa interna de rendimiento, cuando es mayor o igual que la tasa de costo de capital, el proyecto se acepta, cuando es menor a la tasa de costo de capital, el proyecto se rechaza (Rodríguez Aranday, 2018, p. 62).

Adicionalmente, se menciona “representa aproximadamente la rentabilidad que el proyecto estaría generando para los inversionistas” (Vierreira Ávila, 2020, p. 44). Por ende, la TIR servirá para que los inversionistas conozcan la rentabilidad del negocio y decidan participar o no en él.

Relación beneficio – costo.

La relación costo beneficio “es un indicador que no mide la rentabilidad del proyecto, pero muestra la relación entre los beneficios o ingresos y los costos, en función al valor presente”

(Salvador Pérez et al., 2017, p. 121). En este caso añade (Quaranta, 2020, p. 97) “arroja un coeficiente su cálculo implica actualizar todos los flujos de ingresos y dividirlo la actualización de todos los flujos de egresos”, por lo tanto benéfica conociendo cual es la relación de utilidad frente a los costos.

Periodo de recuperación

El periodo de recuperación describe que “evalúa el tiempo que el proyecto demora en recuperar la inversión, es decir, cuantos periodos del horizonte del planteamiento deben transcurrir para recupera la inversión” (Quaranta, 2020, p. 96), también menciona otro autor que “se utiliza los flujos de caja generados durante el periodo de tiempo considerado, actualizados a la tasa de descuento” (Salvador Pérez et al., 2017, p. 121).

Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio se define como la técnica de cálculo usada para determinar el nivel de ventas que permite a la empresa cubrir exactamente todos los costes que esta genera fruto de sus operaciones (Soriano Llobera et al., 2015, p. 92), para el cálculo del mismo, “es necesario e indispensable clasificar los distintos costos que involucra el proyecto de inversión en costos variables y costos fijos” (Salvador Pérez et al., 2017, p. 122). El punto de equilibrio nos indicará el número mínimo de servicios y ventas que el proyecto debe realizar para cubrir los costos y gastos que generará.

Análisis de sensibilidad

Según (Salvador Pérez et al., 2017, p. 134) la evaluación de un proyecto genera valiosa información respecto a invertir o no en determinada idea, sin embargo, es necesario hacer una análisis de sensibilidad en caso de escenarios que cambien. Además, menciona que “consiste en comprobar cómo cambia el VAN del proyecto cuando cambia el valor de una variable a la vez”

(Vierreira Ávila, 2020, p. 151). Dentro del proyecto se realizará dos escenarios, un positivo y un negativo para evaluar el impacto que el cambio generaría en el periodo contable.

2.4.2. Términos Específicos

2.4.2.1. Construcción.

La construcción se la podría entender como la acción de elaborar, construir o fabricar una obra o proyecto inmobiliario. Además, se menciona que la representación de la obra que se ha de construir se hace por medio de dibujos (planos) y de un texto de especificaciones técnicas sobre los adecuados materiales, mano de obra, así como los equipos y procedimientos necesarios que deben utilizar el obrero para ejecutarla de acuerdo a los requerimientos del diseñador. Además, como lo indica la definición transcrita, esta información debe complementarse con el presupuesto de la obra (Castro R, 2018, p. 9).

En el campo de la construcción se debe tomar en cuenta la innovación, el autor señala que representa una oportunidad para incorporar materiales fabricados de manera más respetuosa con el medio ambiente y para incorporar equipos teniendo sistemas más eficientes, así mismo, permite la utilización de mejores técnicas constructivas capaces de conseguir construcciones más económicas o de realizar proyectos que no eran técnica o económicamente variables (Marulanda, 2018, p. 9).

Adicionalmente, en las construcciones u obras se debe establece un tiempo límite, en el cual la obra debe estar terminada; es por esto, se hace un contrato previo a la ejecución del proyecto entre las partes involucradas. Existen diversos tipos de servicios de construcción ya sea en la construcción, reparación o mantenimiento del inmueble.

2.4.2.2. Servicio de albañilería.

El servicio de albañilería es uno de los más solicitados al momento de ejecutarse una obra de construcción o mantenimiento de inmuebles. Según Villanueva (2016) es:

La albañilería es el arte de construir el todo o parte de un edificio colocando, enlazando y uniendo los materiales de que usa, de modo que, formando un cuerpo unido, se mantenga a sí mismo, y puedan sostener el peso proporcionado que se les cargue. Los géneros de obra que la pertenecen son tapias, muros, y paredes hechas de piedra sin labrar, o ladrillo, tabiques, bóvedas, suelos, techos y cubiertos.

Los trabajos de albañilería están involucrados en diferentes servicios, el autor indica que “el obrero albañil también interviene ayudando a otros oficios en las tareas de saneamiento, fontanería, electricidad, telecomunicaciones, y carpintería” (Serrano Ordoñez et al., 2018, p. 61). Por tal motivo en el proyecto se deberá contar con personal adecuado que desarrolle las actividades de albañilería de manera eficiente y eficaz en los inmuebles.

2.4.2.3. Servicio de plomería.

La plomería o fontanería el autor lo define como “el oficio y conjunto de técnicas relacionadas con la instalación, conservación y arreglo de cañerías y conducciones de agua” (Requena Peláez, 2013, p. 5). Además, las principales funciones de la fontanería según (Sánchez, 2020) son instalar agua potable, acabar con las filtraciones de las goteras, desatascar tuberías, acabando con el consiguiente mal olor que se desprende, u otros problemas derivados, también limpieza de tuberías, bajantes, arquetas, sifones, instalar griferías en baño y cocina, asesoramiento de materiales, elaboración del presupuesto e instalar la calefacción. La plomería al encargarse de los medios de transporte y conducción de agua residuales y no residuales deberán ser manejadas correctamente por los obreros del oficio.

2.4.2.4. Servicios eléctricos.

La electricidad se lo define según Parreño Álvarez (2017) “es el movimiento constante de electrones mediante conductores que producen energía” (p. 14). Por tal motivo se necesita personal para la construcción o mantenimiento de los servicios eléctricos. Los servicios eléctricos las denomina Capelo Bravo (2012) como “actividades relacionadas con el aspecto eléctrico, que pueden satisfacerse en el momento que se levante la construcción y posteriormente, de acuerdo a las necesidades del cliente y bajo normas que regulen este tipo de servicios”(p. 94). Los profesionales dedicados al proceso de instalación de servicios eléctricos deben contar con el material necesario para desempeñar las actividades encomendadas, adicionalmente deben manejar los procedimientos de acuerdo a las normas de bioseguridad establecidos por la ley del país.

2.4.2.5. Servicios de pintura.

La pintura se entiende como la acción de pintar estéticamente sobre un área determinada. Los profesionales que ejercen este oficio deberán estar capacitados para estipular presupuestos de obras de acuerdo al monto estipulado, además de conocer los materiales e instrumentos adecuados para la construcción o reparación de proyectos de decoración en inmuebles. Según el Instituto Nacional de Educación Tecnológica (2011) algunas de las funciones que ejerce el profesional son recomponer o adecuar las superficies, preparar las superficies, realizar la preparación para la aplicación de la pintura, organizar y controlar las tareas a realizar administrando los materiales insumos, máquinas y herramientas necesarias en la obra.

En el negocio se implementará el servicio de pintura para brindar un servicio completo en los trabajos a realizarse en los inmuebles, adicionalmente mediante una planificación se proporcionará la cantidad de obreros que se necesiten en proyecto otorgando seguridad a los clientes.

2.4.2.6. Servicios de jardinería.

La jardinería es un oficio que se encarga de cultivar, dar mantenimiento y decorar espacios verdes; es por esto, que se necesita de personal adecuado para dar seguimiento o construcción de estas obras. Los servicios de jardinería indica (Àrea d'Ecologia et al., 2016) en los entornos urbanizados, tienen en común el hecho de que a menudo son objeto de un gran número de pequeñas intervenciones favorables a la vegetación y a la fauna; por consiguiente, suelen haber intervenciones de obrero jardineros. Por ende, el personal de este oficio suele realizar actuaciones de conservación como preservación de grietas en fachadas, paredes y muros de piedra, evitación del uso de segadoras y desbrozadoras en zonas de interés, colocación de adhesivos en los ventanales de la zona ajardinada. Así como también, actuaciones de mejora como potenciación de las cubiertas verdes y las zonas azoteadas ajardinadas, refuerzo de la cobertura vegetal en balcones, patios y azoteas, potenciación de la creación de jardines verticales, potenciación de un estrato arbustivo de calidad, instalación de caja nidos, comederos, potenciación de la presencia de flora de interés en patios, jardines y balcones, naturalización de estanques y fuentes ornamentales, roquedales, construcción de pilas o pirámides de madera, acumulación de hojarasca e instalación de abrevaderos.

CAPÍTULO III

3. Propuesta

3.1.Introducción

Uno de los principales aspectos considerados en un proyecto es la propuesta, en la cual se sustentará la idea del emprendimiento implementado en el modelo de negocio. La implementación del modelo de negocio de marketing de afiliados y la aplicación de lienzo CANVAS brindarán una concepción más amplia, con el cual, se podrá acceder de una más oportuna y segura al mercado el emprendimiento. En el proceso de formulación de la propuesta del negocio, se deberá realizar el estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero que servirán para analizar el mercado y recursos involucrados en el proyecto.

El desarrollo del estudio de mercado se enfocará en el análisis de la demanda, oferta, servicio, precio, competencia, estrategias de promoción y publicidad en base a la información recolectada a través de las encuestas, fichas de observación y entrevistas durante el proceso de la investigación. En el estudio técnico se definirá el lugar donde se establecerá el negocio, también se realizará un diseño planímetro del sitio donde la oficina del negocio se ubicará y el personal involucrado en cada área del sitio; además, se determinará la capacidad instalada del proyecto. En el estudio administrativo se presentarán los procesos de cadena de valor mediante diagramas de

flujos mediante la utilización de la metodología ANSI donde se explicará el proceso de las actividades que involucran al talento humano de la empresa. La empresa tendrá el nombre de FIXWASI S.A.S y será constituida como una sociedad por Acciones Simplificada que formalizará al proyecto.

Finalmente se elaborará el estudio financiero, el cual, permitirá ordenar y sistematizar todos los rubros económicos involucrados para la presentación de los estados financiero y determinar la rentabilidad del proyecto. La rentabilidad del proyecto será evaluada mediante la utilización de los indicadores financieros como el valor actual neto, tasa interna de retorno, costo beneficio, periodo de recuperación, punto de equilibrio y análisis de sensibilidad.

3.2.Objetivo general

Diseñar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

3.2.1. Objetivos específicos

- Determinar el modelo de negocio mediante la aplicación del lienzo CANVAS para establecimiento de la propuesta de valor a implementarse en la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles.
- Realizar un estudio de mercado mediante el análisis de las variables de la oferta y demanda y precio respecto a los servicios complementarios de construcción identificando las necesidades del mercado.
- Determinar la viabilidad técnica del negocio mediante el estudio de los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para la operación del proyecto.

- Elaborar un estudio administrativo determinando los aspectos organizacionales y administrativos por medio del análisis legal para la constitución de la empresa.
- Desarrollar el estudio financiero del negocio mediante métodos de evaluación financiera para la determinación de la rentabilidad económica del proyecto.

3.3. Modelo de negocio

El Marketing de Afiliación o de Resultados según Rodríguez Vázquez & Rodríguez Fernández (2012) es una forma de promocionar, comercializar y distribuir productos y negocios por internet mediante el cual un afiliado recibe una comisión por cada visitante, registro, cliente o venta que resulte de sus esfuerzos; por consiguiente, señala (Hotmart, 2021) que está orientado hacia la generación de leads con la finalidad de generar retorno financiero. El tipo de promoción a utilizarse es el coste por ventas (CPV), en este modelo, el afiliado sólo recibe la comisión cuando el enlace compartido por él genera ventas siendo la más viable para los emprendimientos.

Por lo tanto, en el marketing de afiliación se establecerá una sociedad prestadora de servicios de construcción y mantenimiento de inmuebles, y varios afiliados, donde el afiliado no tiene la obligación de tener un canal exclusivo, sin embargo, es recomendable que lo tenga para abarcar más clientes en el mercado y por ende generar más retorno de financiero.

3.3.1. Lienzo CANVAS

Tabla 7
Lienzo CANVAS

Actores clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none"> Los socios clave son arquitectos, ingenieros civiles, topógrafos, ferreterías. Los proveedores de servicios clave son los maestro albañiles, ayudantes, electricistas, plomeros, pintores y jardineros. 	<ul style="list-style-type: none"> Crear una base de datos del personal que brinda servicios de construcción en el cantón. Investigación del personal capacitado y adecuado que preste servicios complementarios de construcción. Establecimiento de alianzas estratégicas con profesionales dedicados al sector de la construcción. Establecer un plan de control interno y mitigación de riesgos en las actividades de planificación y ejecución de obras. Publicidad y marketing Capacitación del personal de servicios complementarios de construcción en bioseguridad laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> Prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad mediante la implementación de procesos de control y supervisión durante la fase preliminar y de ejecución de las obras. Modelos innovadores y actualizados en la construcción y mantenimiento del inmueble. Accesibilidad al portafolio de servicios con el personal adecuado brindando un servicio completo a través del marketing por afiliación. Planificación y proporción de información del presupuesto de mano de obra y materiales de construcción previo a la realizarse la obra. Aplicación móvil que permitirá a partir del GPS encontrar al personal que presta servicios de construcción más cercano del lugar de ubicación del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia personalizada inmediata al solicitar el servicio por medios presenciales y virtuales con los clientes. Atención inmediata Servicios de calidad Perfil y calificaciones de los profesionales. 	<ul style="list-style-type: none"> El segmento de mercado al que se va a dirigir el proyecto son los residentes de viviendas que estén fuera del índice de pobreza, las cuales necesiten construir o mantener su inmueble a través de los servicios complementarios de construcción.
	<p>Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> Equipo de marketing y Publicidad. Maquinaria y equipos de construcción. Recursos intelectuales (patentes, constitución de la empresa) 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> Prestación de servicios en establecimientos físico y virtuales. Redes sociales y página web Prestación de servicios por medio de locales afiliados al negocio. 	
<p>Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> *Arrendamiento de instalación de oficina. *Publicidad *Deuda de financiamiento *Servicios básicos *Movilizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> *Impuestos *Capacitaciones 	<p>Fuentes de ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> Comisiones por servicios complementarios de construcción. Comisiones por venta de productos o servicios por medio de afiliaciones. 		

Elaborado por: La autora

3.3.2. Descripción de los elementos CANVAS

3.3.2.1. Segmento de clientes.

¿Para quién creamos valor?

La prestación de servicios complementarios de construcción o mantenimiento de inmuebles se dirige a residentes de viviendas que estén fuera del índice de pobreza, los cuales necesiten reparar o realizar mantenimiento en su inmueble a través de los catálogos de servicio del negocio.

¿Cuáles son nuestros clientes más importantes?

Los clientes más importantes a los cuales se enfoca son las familias que soliciten contratar trabajadores en áreas de albañilería, fontanería, electricidad, pintura y jardinería de una manera más rápida y segura en un inmueble.

3.3.2.2. Propuesta de valor.

¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?

La propuesta de valor se fundamenta en los procesos de control y supervisión durante la fase preliminar y de ejecución de las obras. El negocio tiene el propósito de entregar un servicio oportuno y accesible por medio del portafolio de servicios, además se contará con el personal adecuado para brindar un servicio completo a través del marketing por afiliación. Adicionalmente, a través de una aplicación móvil permitirá mediante un GPS, encontrar al personal que presta servicios de construcción más cercano del lugar de ubicación del cliente.

¿Qué problemas de nuestros clientes ayudamos a solucionar?

La creación de la empresa de servicios pretende ayudar a los clientes a mejorar las condiciones de contratación de trabajadores de construcción o mantenimiento de inmuebles, esto se dará a través de la implementación de tecnologías de la información. Además, el negocio

ofrecerá a los clientes un asesoramiento legal en la realización del trabajo en base a lo expuesto en la Ordenanza Sustitutiva para el Ordenamiento Arquitectónico, Urbano y Rural del cantón Otavalo y la Ordenanza Sustitutiva que Regula los Procedimientos para la Incorporación de Bienes Inmuebles Vacantes o Mostrencos al Patrimonio Municipal de Otavalo, esto con la finalidad de minimizar riesgos dando seguridad, calidad y rapidez en los trabajos a realizarse en las obras.

¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?

Con la creación de una empresa de prestación de servicios complementarios de construcción, se cubrirá las necesidades en trabajos de construcción proporcionando la información necesaria, y los instrumentos adecuados en las obras mitigando contingencias que se puedan presentar durante el proceso del trabajo.

¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?

El servicio está diseñado para las familias de Otavalo que en su domicilio o vivienda en la que habiten necesiten realizar remodelaciones o mantenimiento en las áreas de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería. Los servicios que proporcionara la empresa estarán a la vanguardia con las nuevas tendencias del mercado.

3.3.2.3. Relación con los clientes.

¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado?

Los residentes de las viviendas del cantón Otavalo esperan que los servicios de construcción y mantenimiento brinden las facilidades de contratación, evitando que tengan que buscar aleatoriamente trabajadores del sector de la construcción, teniendo un servicio personalizado y seguro.

¿Qué tipo de relación hemos establecido?

En la empresa se pretende crear una guía gráfica de procesos para comunicar y ejecutar la obra en el domicilio, Además, con el fin de brindar un servicio personalizado, el negocio implementará un chat laboral donde, el cliente podrá emitir sus opiniones y realizar preguntas sobre las actividades realizarse en su domicilió. La empresa con esto pretenderá satisfacer las necesidades de los consumidores e implementar seguridad, supervisando las actividades a realizarse con el fin de que cumpla con las expectativas del consumidor. El cliente cuando se contacte de manera presencial y virtual con la empresa establecerá un diagnóstico previo del área a trabajar, en el cual se le informara del presupuesto de mano de obra, materiales y las formas de cancelación de servicio en los plazos establecidos de culminación de la obra.

¿Cuál es su coste?

El coste se establecerá previo al diagnóstico al área trabajarse en el cual su precio dependerá del tipo de trabajo que vaya a realizarse, ya sea construcción o mantenimiento del inmueble. Adicionalmente se establecerá una comisión de entre el 5% al 10% adicional al valor total de la obra.

¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?

La relación de los clientes estará vinculado al modelo de negocios que se implementará en la empresa, el cual, ayudará a expandir su cartera de promocionando los diferentes servicios de construcción y/o remodelación en el domicilio.

3.3.2.4. Canales.

¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?

El negocio con el propósito de que los clientes puedan acceder al servicio que se pretende ofertar, se establecerá diversos canales de comercialización como redes sociales, página web y el establecimiento presencial, por ende, el cliente lograra obtener información de los diferentes

servicios y realizará la compra de manera más accesible. La difusión de los servicios también se lo realizará a través de anuncios por radios y servicios complementarios del sector de la construcción.

¿Cómo establecemos actualmente el contacto con los clientes?

Actualmente en la ciudad de Otavalo con la pandemia los negocios han tenido que realizar sus actividades por medios virtuales con el fin de precautelar el bienestar de la ciudadanía, motivo por el cual, se tratará con los clientes a través de redes sociales y otros medios. Sin embargo, el sector de la construcción al tener que realizar sus actividades de manera presencial la empresa también contará con un establecimiento físico, donde una vez el cliente se contacte ya sea de manera presencial o virtual, enviará una persona que evalúe directamente el área a trabajar y personalmente brindará el servicio solicitado.

¿Cómo se conjugan nuestros canales?

Los canales de comunicación anteriormente mencionados se relacionan entre sí, ya que buscarán ampliar el mercado al cual se ofertará los servicios complementarios de construcción, por ende, satisfaciendo las necesidades de más clientes con un servicio de calidad y oportuno. Los clientes podrán acceder de manera fácil a cada uno de los servicios ofertados publicados en los diferentes medios.

¿Cuáles tienen mejores resultados?

El servicio de manera presencial con una atención personalizada tendrá mejores resultados, debido a que mediante diagnóstico del trabajo y las diferentes opiniones que se puedan añadir a través de la evaluación, se brindará una atención de calidad y completa; además, con la ayuda de las redes sociales y la implementación del modelo de negocio se podrán receptar recomendaciones sugerencias de los trabajos.

¿Cuáles son más rentables?

El servicio presencial será el más rentable porque a través de este canal el servicio con el cliente será más personalizado, debido a que, mediante el uso de las redes sociales u otros medios de comunicación, se podrá solventar las dudas y necesidades de los clientes con una atención de calidad.

¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?

Los clientes normalmente se encuentran ocupados en sus actividades laborales y no cuentan con el tiempo suficiente para acercarse a los puntos de concentración e indagar sobre los diferentes trabajadores, por ello, con la ayuda de las redes sociales se puede promocionar y comunicar sobre el catálogo de servicios que ofrecerá la empresa sin la necesidad que los consumidores se trasladen a los sitios de concentración.

3.3.2.5. Fuentes de ingreso.

¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?

El costo por la prestación de servicio de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería estará estipulado de acuerdo al trabajo a realizarse en el inmueble, a su vez al valor total de la obra se le asignará un recargo por comisión del servicio de entre el 5% al 10 % adicional al costo de la obra.

¿Por qué pagan actualmente?

Actualmente los residentes de inmuebles contratan los diferentes servicios de albañilería plomería, electricidad, pintura y jardinería en los dos puntos de concentración de trabajadores informales, así también, solicitan estos oficios por medio de recomendaciones de familiares. Sin embargo, los clientes no tienen la seguridad de que el trabajo será realizado en los plazos

establecidos, o el personal que contratan realizará un servicio de calidad, ocasionando cierto grado de incertidumbre en el proceso de culminación del trabajo.

¿Cómo pagan actualmente?

Actualmente, los clientes pagan y solicitan los servicios en los dos puntos de encuentro de los trabajadores informales, a pesar de que varios de los servicios no satisfacen las expectativas en la culminación de la obra. El pago de las obras suele ser por día o semanas de trabajo dependiendo de la duración del trabajo a realizarse en el inmueble.

La clientela con la creación del negocio podrá comunicarse mediante la aplicación o las redes sociales oficiales de la sociedad para contratar el servicio desde la comodidad de su hogar, también se establecerá ya sea física o virtualmente las especificaciones del contrato. Adicionalmente, la empresa brindará seguridad a los compradores del servicio al ser una organización formal constituida legalmente, por lo cual los clientes podrán acudir o comunicarse con la sociedad, en caso de existir algún incumplimiento en los términos del contrato durante el proceso de ejecución de la obra.

¿Cómo les gustaría pagar?

El negocio con la finalidad de ofrecer a los clientes métodos de pago que lo puedan realizar desde la comodidad de su hogar, los consumidores podrán cancelar a través de depósitos, efectivo o transferencias bancarias; no obstante, cabe recalcar que el método de pago se establecerá previo a la ejecución del trabajo.

¿Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos del total de ingreso?

En la empresa de prestación de servicios de construcción y/o mantenimiento las actividades principales son la albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería, donde mediante un servicio personalizado a los clientes, se negociará el costo realizando un diagnóstico previo de la

obra a realizarse en el domicilio. Por consiguiente, se brindará un asesoramiento adecuado sobre los materiales y equipo de construcción dirigiéndolos a los negocios de los afiliados de la empresa y generando más rentabilidad por las comisiones que se generarán por cada compra.

3.3.2.6. Actores clave.

¿Quiénes son nuestros socios clave?

Los principales socios clave son los negocios complementarios como ferreterías, arquitectos, ingenieros civiles, debido a que estos negocios ayudarán a complementar el servicio, abasteciendo a los trabajadores de la empresa y clientes de materiales y equipos de construcción necesarios para la remodelación o mantenimiento de los inmuebles. Adicionalmente por lo expuesto en el modelo de negocio a implementarse ayudarán en la promoción de los servicios de la empresa.

¿Quiénes son nuestros proveedores clave?

En la empresa nuestros proveedores clave son los albañiles, plomeros, electricistas, pintores y jardineros afiliados y contratados de la empresa. El personal se encargará de realizar los servicios que se visualizarán en el catálogo del emprendimiento de construcción y mantenimiento de inmuebles. Además, la sociedad al implementar el modelo de negocio de marketing de afiliados, establecerá varias relaciones comerciales en las cuales los proveedores como las ferreterías nos proporcionarán el equipo de trabajo menor para la realización de la obra; no obstante, también generará comisiones por coste de venta al comprar materiales de construcción por parte de los clientes.

¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios?

Los recursos clave para la puesta en marcha del emprendimiento que se adquirirá de los socios son la promoción que estos generarán a través de la implementación del modelo de negocio de marketing de afiliación; además, se establecerán relaciones comerciales con los proveedores clave para ganar una comisión mutua al promocionar el negocio con los clientes y viceversa.

¿Qué actividades clave realizan los socios?

En el desarrollo de proyecto los socios clave realizaran las actividades de promoción de servicios de la empresa, además de abastecer de los materiales y equipos involucrados en la realización de la obra.

3.3.2.7. Actividades clave.

¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingreso?

En el negocio se creará una base de datos del personal que brindará servicios de construcción en el cantón. En el proceso contratación de trabajadores para la base de datos, se realizará una investigación del personal a contratarse por los servicios que ofertará la empresa.

Se establecerá alianzas estratégicas con profesionales dedicados al sector de la construcción y un plan de control interno y mitigación de riesgos en las actividades de planificación y ejecución de obras, así también se realizarán capacitaciones al personal de servicios complementarios de construcción en bioseguridad laboral.

3.3.2.8. Recursos clave.

¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?

Los recursos claves serán el equipo de marketing y publicidad, los recursos intelectuales necesarios para la constitución e instalación de la empresa en el mercado, de igual manera para el recurso humano se requiere un personal calificado con la experiencia para realizar las diferentes actividades de construcción y/o mantenimiento de los domicilios; y finalmente, el recurso económico, imprescindible puesto que se deberá contar con un capital de trabajo que pueda cubrir los costos y gastos en un periodo determinado.

3.3.2.9. Estructura de costos.

¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?

Para el inicio de las actividades del servicio de construcción y/o mantenimiento de inmuebles se deberá establecer un presupuesto para la constitución y la infraestructura del negocio. Adicionalmente se debe tomar en cuenta los costos por servicios básicos y los pagos por mano de obra en remodelación del local, con el fin de cubrir las necesidades de los clientes mediante un servicio personalizado.

¿Cuáles son los recursos clave más caros?

El recurso clave que requerirá más inversión, los materiales, equipos y contratación de personal de planta de la empresa, estos valores conjuntamente con los servicios básicos del establecimiento de arrendamiento se consideran costos más elevados en el negocio.

¿Cuáles son las actividades clave más caras?

Los costos involucrados en la operación del negocio son el arrendamiento, la instalación de oficina, publicidad, deuda de financiamiento, pago de sueldos de personal administrativo y servicios.

3.4. Estudio de mercado

Objetivo general

- Realizar un estudio de mercado mediante el análisis de las variables de la oferta y demanda y precio respecto a los servicios complementarios de construcción identificando las necesidades del mercado.

Objetivos específicos

- Determinar la demanda existente de la prestación de servicios complementarios de construcción en la ciudad de Otavalo.
- Averiguar la oferta existente de prestación de servicios complementarios de construcción en el mercado actual.
- Investigar los parámetros de precios de los servicios complementarios de construcción que los demandantes están dispuestos a pagar en el mercado actual.
- Establecer los tipos de servicios de construcción a ofertarse en la creación de la empresa en el mercado.
- Determinar el sitio adecuado del establecimiento de la empresa de servicios y los lugares de promoción del servicio mediante la utilización del marketing de afiliados
- Indagar los medios de publicidad más factibles y estrategias de promoción para la expansión de cartera de clientes.

3.4.1. Diseño de la investigación de mercados

El tipo de investigación que se va a utilizar es mixto, es decir cuantitativo y cualitativo, en donde se obtendrá datos estadísticos aplicando instrumentos como la encuesta, donde, se recolectará la información con respecto a la oferta y demanda; así también, se realizará una entrevista al colegio de ingenieros, obteniendo información en base a los requerimientos necesarios para la operación de la empresa. Adicionalmente, se elaborará una ficha de observación para identificar el número de trabajadores informales existentes en el mercado para determinar la viabilidad del proyecto.

3.4.1.1. Matriz de variables del estudio de mercado

Tabla 8

Matriz de variables del estudio de mercado

Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Técnicas	Fuente de información
Realizar un estudio de mercado mediante el análisis de las variables de la oferta y demanda y precio respecto a los servicios complementarios de construcción identificando las necesidades del mercado.	Determinar la demanda existente de la prestación de servicios complementarios de construcción en la ciudad de Otavalo.	Demanda	-Mercado objetivo -Frecuencia de uso del servicio -Cantidad de uso del servicio -Servicios que demandan	Encuesta	Residentes de viviendas
	Averiguar la oferta existente de prestación de servicios complementarios de construcción en el mercado actual.	Oferta	-Cantidad de oferentes -Frecuencia de oferta del servicio Qué servicios ofrecen	Ficha de observación Encuesta	Trabajadores de construcción informales
	Investigar los parámetros de precios de los servicios complementarios de construcción que los demandantes están dispuestos a pagar en el mercado actual.	Precio	-Capacidad de pago del cliente -Formas de pago -Precio actual de la competencia	Encuesta Entrevista	Residentes de viviendas Trabajador de construcción informal
	Establecer los tipos de servicios de construcción a ofertarse en la creación de la empresa en el mercado.	Servicio	-Tipos de servicios -Características del servicio -Servicios adicionales -Diferenciación del servicio	Encuesta Entrevista	Residentes de viviendas Entrevista al presidente del colegio de arquitectos de Otavalo.
	Determinar el sitio adecuado del establecimiento de la empresa de servicios y los lugares de promoción del servicio mediante la utilización del marketing de afiliados	Plaza	Lugar de preferencia Canales de distribución	Encuesta	Residentes de viviendas
	Indagar los medios de publicidad más factibles y estrategias de promoción para la expansión de cartera de clientes	Promoción y publicidad	-Promociones -Medios de comunicación y publicitarios.	Encuesta	Residentes de viviendas

Elaborado por: La Autora

3.4.2. Segmentación de mercados

El segmento del mercado al que estará dirigido el servicio se lo puede determinar a través de las siguientes variables de segmentación:

- *Segmentación geográfica:* La creación del emprendimiento se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura en la ciudad de Otavalo, dado que constituye uno de los lugares con más dinamismo económico.
- *Segmentación demográfica:* El mercado meta al que se va a dirigir el proyecto son los residentes de viviendas que estén fuera del índice de pobreza. Los servicios de construcción se realizarán de forma oportuna y rápida en los inmuebles de la ciudad de Otavalo.
- *Segmentación pictográfica:* El servicio está dirigido a personas que soliciten construir, remodelar, el domicilio, estos pueden ser arreglos de tuberías potables, electricidad, acabados de pintura o pisos y jardines, mantenimiento en soportes estructurales de hormigón, madera, loza, teja, cerámica, entre otros. Las construcciones, remodelaciones o mantenimiento se los realizara de acuerdo a los parámetros y preferencias establecidos por los clientes, teniendo en cuenta el número de miembros que ocuparan el inmueble.
- *Segmentación conductual:* Los consumidores podrán solicitar el servicio desde la comodidad de sus hogares a través de la aplicación y redes sociales de la empresa, además que lograrán visualizar los trabajadores más cercanos a su ubicación para la solución rápida que tenga en el inmueble. Se ha establecido que los servicios complementarios contarán con afiliaciones estratégicas con profesionales de construcción y ferreterías brindando un servicio completo en mano de obra y suministros a precios razonables y de calidad generando comunidad a los usuarios.

3.4.3. Clientes

Los clientes serán los residentes que soliciten los servicios de construcción o mantenimiento de los inmuebles del cantón Otavalo. Los servicios que proporcionará el negocio serán los de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería con la finalidad de solucionar cualquier daño, remodelación y/o mantenimiento de los hogares.

La clientela de estos servicios presenta diversos hábitos socioculturales al solicitar algunas de las actividades ofertadas, según (da Silva, 2021) son:

- *Cliente ocasional:* Clientes que compran por primera vez o lo hacen ocasionalmente, pero sin una frecuencia establecido, el negocio al dedicarse a la construcción y/o remodelación de los domicilios solicitará el servicio de forma ocasional o cuando sea necesario en el hogar.
- *Cliente informado:* El cliente informado es el que está atento a todos los detalles, hace preguntas y conoce sobre el tema, los demandantes tienen claro el servicio que necesitará trabajar en el inmueble, por lo cual, indagan el proceso por el cual la obra se realizará para evitar cualquier inconveniente en el producto final del servicio.
- *Cliente negociador:* Este tipo de cliente quiere aprovechar las oportunidades a toda costa; por lo tanto, los demandantes de obras ciertamente solo completarán una compra si percibe con claridad cuál es el beneficio.

3.4.4. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

En la presente investigación se tomará como población al número de viviendas que fueron representadas por una persona jefe de hogar de la ciudad de Otavalo del área urbana y rural, que según datos de la actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo, corresponde al año 2018 a 73.920 viviendas. El dato estimado toma en cuenta las

categorías de tenencia de vivienda como: propia y totalmente pagada, propia y le está pagando, propia (regalada, donada, heredada o por posesión), prestada o cedida (no pagada), por servicios, arrendada o en anticresis (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2020). Las residencias se encuentran clasificados de acuerdo al tipo de parroquia, las mismas que se hallan comprendidas de la siguiente manera:

Tabla 9

Número de viviendas construidas por parroquia

Parroquia	Cantidad	Porcentaje
San Luis (Otavalo)	13.672	18,50%
El Jordán (Otavalo)	18.921	25,60%
Dr. Miguel Egas Cabezas	4.460	6,03%
Eugenio Espejo (Calpaquí)	6.392	8,65%
González Suárez	4.849	6,56%
San Pedro de Pataquí	220	0,30%
San José de Quichínche	4.819	6,52%
San Juan de Ilumán	6.422	8,69%
San Pablo del Lago	8.207	11,10%
San Rafael de la Laguna	5.050	6,83%
Selva Alegre	908	1,23%
Total	73.920	100%

Fuente: Equipo Consultor, 2020. (PD y OT, 2020).

Elaborado por: La Autora

También se consideró como población de estudio a los trabajadores informales que realizan el trabajo de albañilería, electricidad, plomería, pintura y jardinería ubicados los días lunes y martes en el Parque Simón Bolívar y en la sede Bahai los días lunes frente a la entrada. Adicionalmente se tomó como población a los residentes de grandes ferreterías y distribuidoras de material de construcción y acabados para la construcción de la ciudad de Otavalo; tales como Ferrocólor, Bosna, Disensa Otavalo, Bodega Ferricentro, Ferretería El Artesano, Vasferricentro, Ferretería Ferronorte Y Ferretería Ferro-Repuesto.

Tabla 10

Población a investigar

Descripción	Datos
Viviendas de la ciudad de Otavalo	73.920
Propietarios de ferreterías y distribuidoras de material de construcción y acabados	8
Trabajadores informales	47

Fuente: Equipo Consultor, 2020. (PD y OT, 2020).

Elaborado por: La Autora

De esta manera se procederá con el cálculo de la muestra mediante la siguiente fórmula:

De donde;

$n = \text{Muestra}$

$N = \text{Población}$

$z^2 = 1,96 \text{ Nivel de confianza}$

$\sigma^2 = 0,50 \text{ varianza}$

$E = 5\% \text{ Nivel de error}$

$$n = \frac{N \times z^2 \times \sigma^2}{E^2(N - 1) + Z^2 \times \sigma^2}$$
$$n = \frac{73.920 \times (1,96)^2 \times (0,50)^2}{(0,05)^2(73.920 - 1) + (0,05)^2 \times (0,50)^2}$$

$$n = 382$$

Para la distribución de la muestra se tomará en consideración la técnica correspondiente al Muestro Estratificado Proporcional, para lo cual, es necesario establecer el factor muestral aplicable para los estratos por parroquias, por ende, servirá para conocer el total de encuestas a realizarse en cada estrato.

$$n_i = n * \frac{N_i}{N}$$

Donde:

N= número de elementos de la población

n= muestra general

Ni= Población del estrato

Tabla 11

Número de viviendas por parroquias

Parroquia	Cantidad	Muestra
San Luis (Otavalo)	13.672	71
El Jordán (Otavalo)	18.921	98
Dr. Miguel Egas Cabezas	4.460	23
Eugenio Espejo (Calpaquí)	6.392	33
González Suárez	4.849	25
San Pedro de Pataquí	220	1
San José de Quichinche	4.819	25
San Juan de Ilumán	6.422	33
San Pablo del Lago	8.207	42
San Rafael de la Laguna	5.050	26
Selva Alegre	908	5
Total	73.920	382

Fuente: Equipo Consultor, 2020, (PD y OT, 2020).

Elaborado por: La Autora

3.4.5. Instrumentos de recolección

La recopilación de datos se los realizara por medio de encuestas, entrevista y observación. Los instrumentos a utilizarse en el trabajo que los define (Ruiz, 2012) son:

Encuesta

Instrumento de investigación en el cual se obtiene información de personas mediante el uso de cuestionarios. Las encuestas serán realizadas con la finalidad de recoger información sobre la

necesidad de una empresa que preste servicios de construcción en actividades de albañilería, electricidad, plomería, pintura y jardinería.

Entrevista

La entrevista consiste en interrogar, con la ayuda de un guion a una persona para obtener información, la cual registra el investigador, esta puede ser individual grupal, abierta o cerrada. La entrevista será aplicada a un profesional dedicado al sector de la construcción, para conocer los problemas que presentan al contratar trabajadores informales de construcción.

Observación

Actividad empírica que consiste en constatar por cuenta propia el fenómeno y en el contexto en que se ocurre que está investigando, con la finalidad de registrar la información. La observación directa, se empleará para obtener información necesaria para complementar la encuesta y la entrevista, esta se aplicó a los trabajadores informales que prestan servicios de construcción y mantenimiento en áreas de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería para la elaboración del diagnóstico, además también se la aplicara a propietarios de ferreterías y distribuidoras de material de construcción.

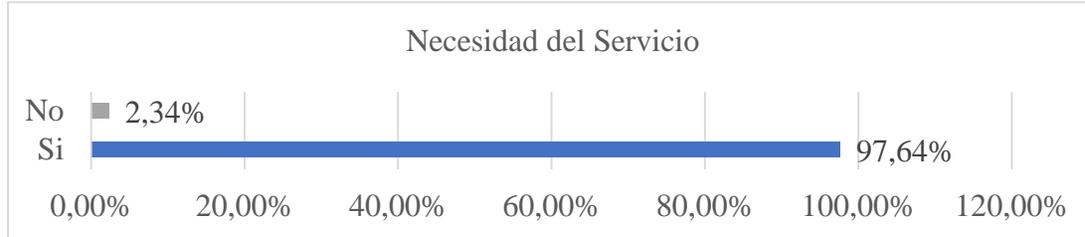
3.4.6. Resultados y discusión

A continuación, se presentará los resultados recabados por las encuestas aplicadas a los 382 residentes encuestados de las viviendas del cantón Otavalo.

1. ¿Ha requerido en algún momento los servicios de albañilería, electricidad, pintura, plomería, jardinería?

Figura 2

Necesidad del Servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Año: 2022

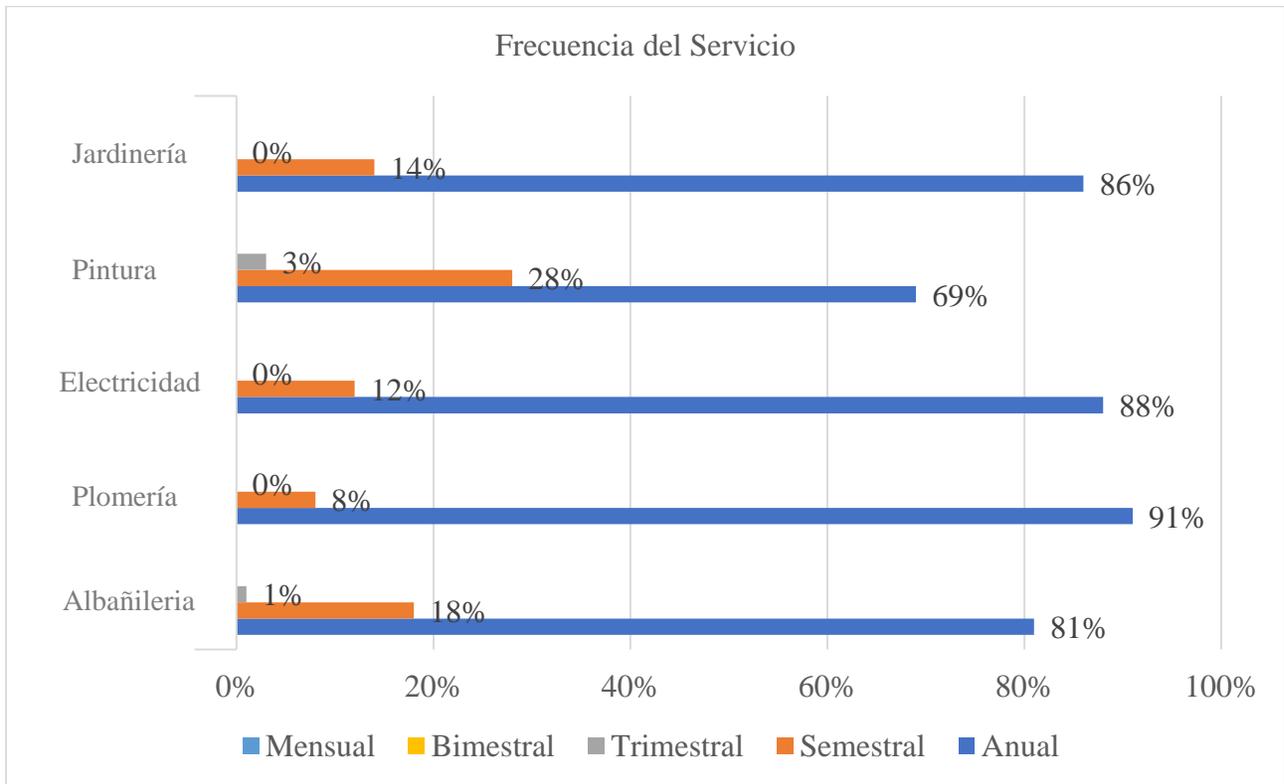
Análisis

La mayoría de los residentes de viviendas encuestados han solicitado los servicios de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería, siendo una cifra alta, da la oportunidad de poder ingresar al mercado con las personas que alguna vez han requerido los servicios complementarios de construcción. Adicionalmente el 2,34% que manifestaron no requerir el servicio, se sustentan en que ellos realizan las actividades mencionadas, además la mayoría de este porcentaje se encontró en las zonas rurales del cantón.

2. ¿Qué tipo de servicios de construcción o mantenimiento realiza en su inmueble y la frecuencia en lo solicita?

Figura 3

Frecuencia del Servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Año: 2022

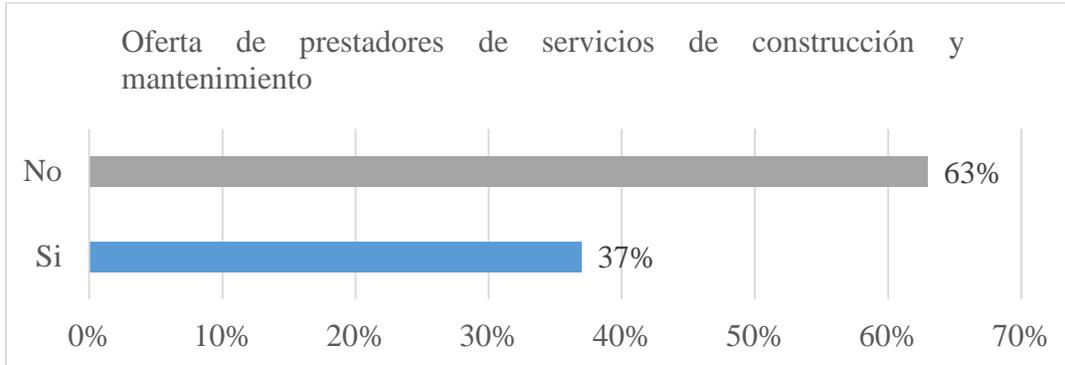
Análisis

Los datos recabados en las 382 encuestas demuestran que la mayoría de los encuestados solicitan los servicios de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería en mayor frecuencia anualmente. Los dueños de los inmuebles manifiestan que los servicios los necesitan en mayor medida cuando la edificación no tiene una estructura de construcción adecuada o el inmueble no está terminado.

3. ¿Usted tiene el contacto de una empresa o persona confiable que le asista al momento de requerir la construcción o mantenimiento para su vivienda?

Figura 4

Oferta de prestadores de servicios de construcción y mantenimiento



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Año: 2022

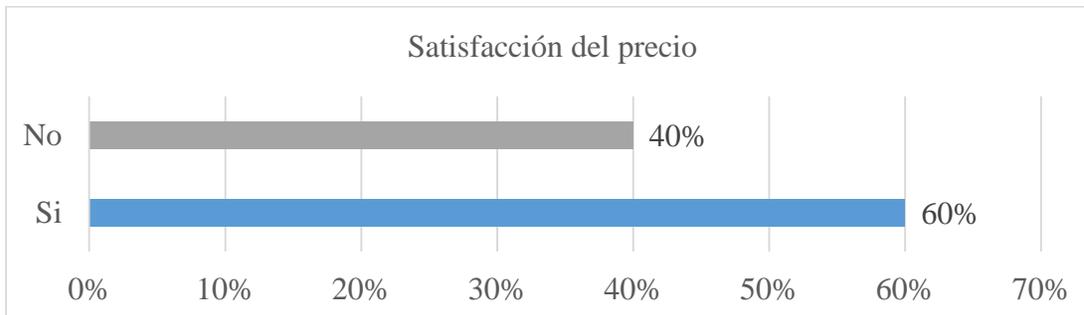
Análisis

De acuerdo a lo resultados de las encuestas no existe suficiente oferta por parte de los prestadores de servicios, debido a que, se evidencia que un 63% de los encuestados mencionan no tener una empresa o persona confiable para realizar los trabajos, es decir, la mayoría de estos prestadores son ocasionales y no realizan estos trabajos de manera formal.

4. ¿Usted estuvo conforme con el precio que pago por el servicio de construcción y mantenimiento en su domicilio?

Figura 5

Satisfacción del precio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Año: 2022

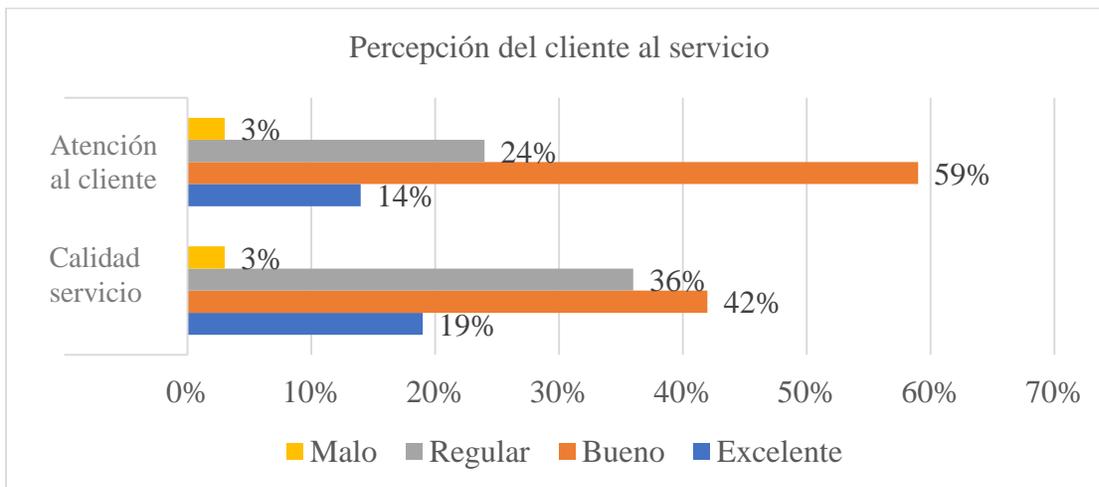
Análisis

Se analiza que, si bien los residentes de las viviendas cuentan con prestadores de servicios para realizar cualquier actividad de construcción en sus inmuebles; no obstante, un 40% de ellos no está satisfecho con el precio con el que cancelan el servicio.

5. ¿Cuál es la valoración de la percepción del cliente al recibir el servicio dentro del inmueble?

Figura 6

Percepción del cliente al servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

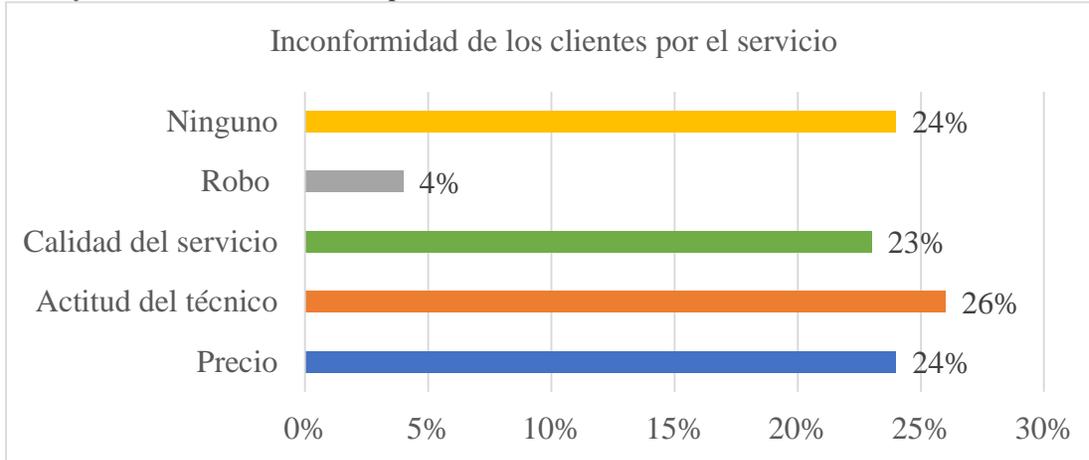
Año: 2022

Análisis

En el gráfico anteriormente expuesto se combinó las preguntas 5 y 6 de la encuesta, donde se expone que la mayoría de las personas encuestadas en los resultados demuestran no estar satisfechos en la prestación de servicios complementarios, por lo tanto, se evidencia que se podría mejorar en ámbitos de atención al cliente y calidad de servicio en los trabajos de remodelación y mantenimiento de viviendas. se juntan dos preguntas.

7. ¿Por cuál de estas razones se ha sentido inconforme al momento de elegir el servicio?

Figura 7
Inconformidad de los clientes por el servicio



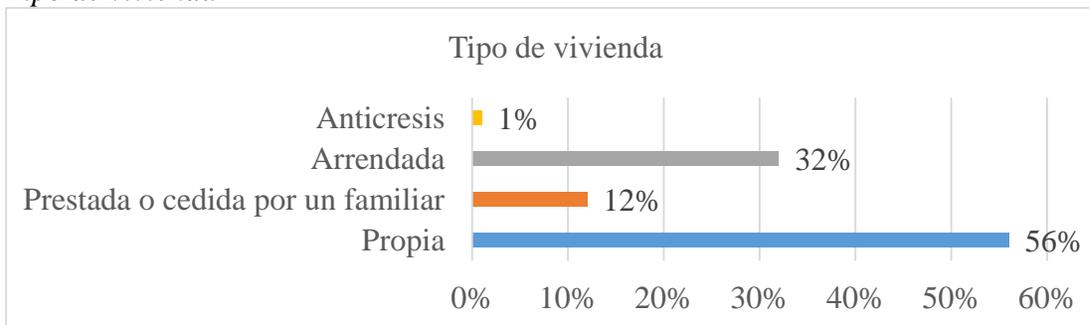
Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora
Año: 2022

Análisis

Los encuestados que manifestaron no estar satisfechos al contratar los servicios complementarios de construcción por aspectos como el precio, actitud del técnico, calidad del servicio y robo, representan una oportunidad a la empresa de implantarse en el mercado de servicios complementarios de construcción.

8. Seleccione la alternativa que sea su caso, ¿Actualmente qué tipo de vivienda es en la que usted habita?

Figura 8
Tipo de vivienda



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora
Año: 2022

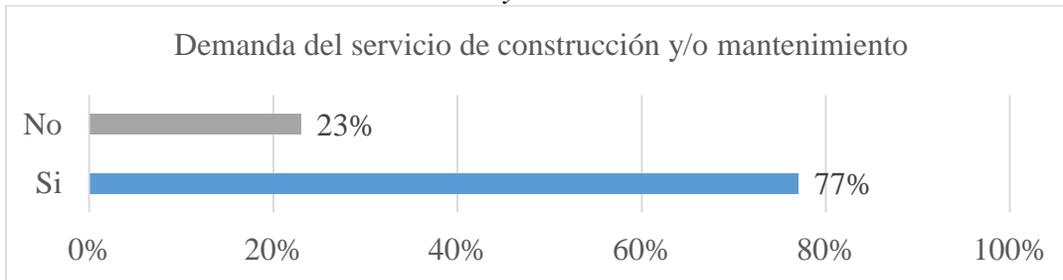
Análisis

Aproximadamente la mayoría de los encuestados indicaron poseer una vivienda propia seguidos en un menor porcentaje por los que arriendan inmuebles, se analiza entre los encuestados que las personas que arriendan inmuebles, solicitan en mayor frecuencia los servicios con la finalidad de presentar a sus arrendatarios los domicilios en orden para su uso o entrega.

9. ¿Le gustaría encontrar una empresa que preste servicios complementarios de construcción desde la comodidad de su hogar y destinaria un mayor porcentaje de su presupuesto, para mejorar su vivienda si existiera una empresa que le preste un servicio profesional y garantizado a costos asequibles?

Figura 9

Demanda del servicio de construcción y/o mantenimiento



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Año: 2022

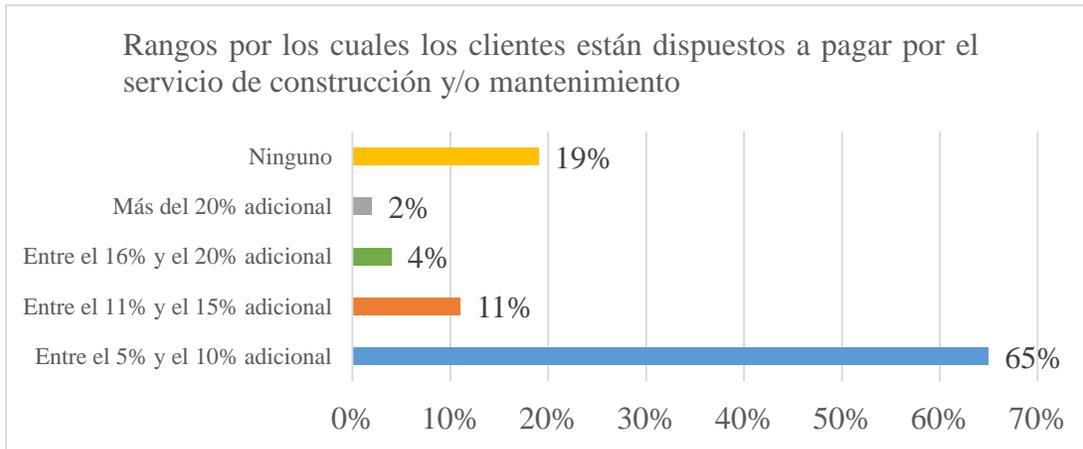
Análisis

En el gráfico anteriormente expuesto se combinó las preguntas 10 y 11 de la encuesta, en la cual, de acuerdo a las 382 encuestas aplicadas se aprecia que existiría una buena acogida de los servicios de construcción y/o mantenimiento, debido a que, existe un 77% de demanda según las encuestas realizadas; además, están dispuestos a destinar un porcentaje de su presupuesto total para mejorar la calidad del servicio en las actividades de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería, garantizando calidad en los trabajos a realizarse en sus inmuebles.

11. Si el servicio lo satisface en la calidad de mano de obra, atención al cliente, supervisión del trabajo y proporciona los materiales y equipos necesarios en todo el proceso de planeación y ejecución de trabajo en los plazos establecidos ¿Qué porcentaje adicional al costo del servicio estaría dispuesto a pagar por él?

Figura 10

Rangos por los cuales los clientes están dispuestos a pagar por el servicio de construcción y/o mantenimiento



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Año: 2022

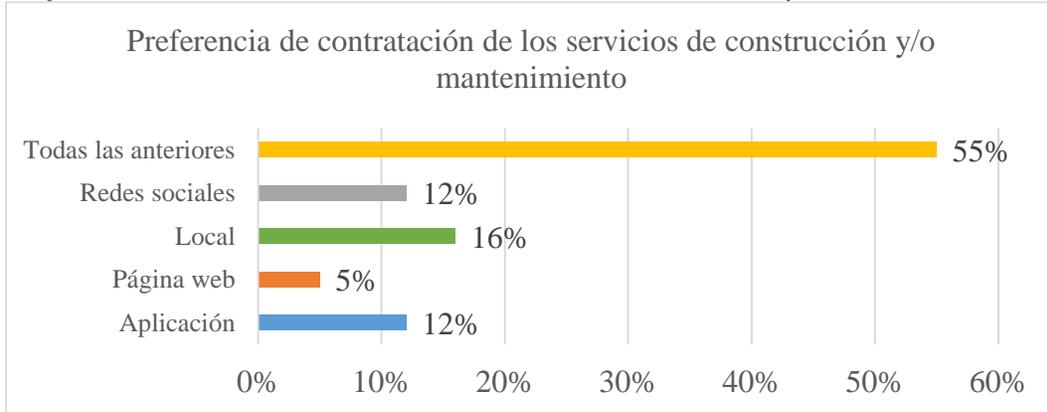
Análisis

De acuerdo a las encuestas recopiladas los encuestados manifestaron que por un servicio que garantiza un trabajo oportuno, confiable y de calidad en la construcción y/o mantenimiento de inmuebles, están dispuestos a pagar es entre el 5% y el 10% adicional a lo presupuestado en el costo total del servicio.

12. ¿Cómo prefiere contratar los servicios complementarios de construcción?

Figura 11

Preferencia de contratación de los servicios de construcción y/o mantenimiento



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Año: 2022

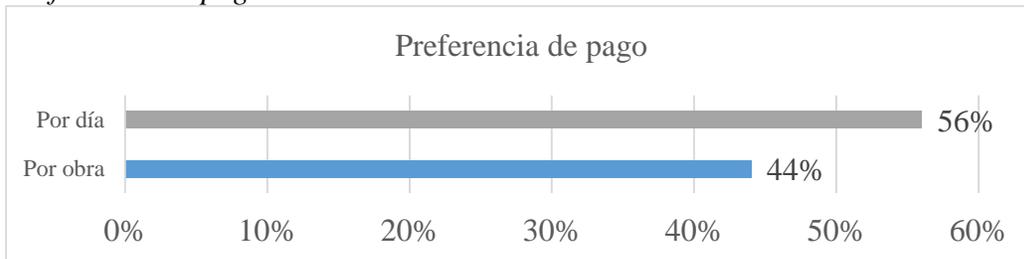
Análisis

La mayoría de los encuestados mencionaron que prefieren contratar los servicios a través de un establecimiento físico, redes sociales, páginas web u aplicación, con la finalidad de lograr una mejor accesibilidad al catálogo de los servicios de la empresa.

13. ¿Cómo prefiere pagar los servicios complementarios de construcción?

Figura 12

Preferencia de pago



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Año: 2022

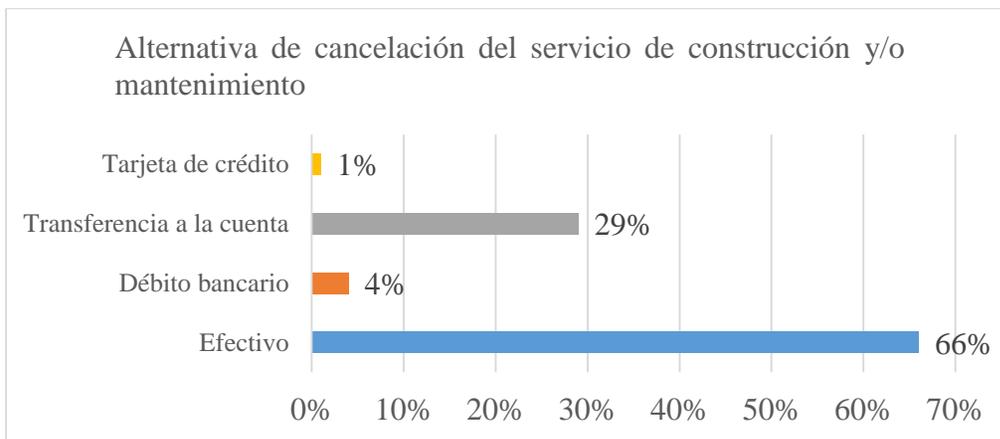
Análisis

La mayoría de los encuestados determinaron que prefieren que la forma de pago sea por día; sin embargo, la cancelación del trabajo dependerá del tiempo de estimación de la obra y el acuerdo entre las partes interesadas.

14. ¿Qué tipo de alternativa al momento de cancelar el servicio de construcción o mantenimiento prefiere?

Figura 13

Alternativa de cancelación del servicio de construcción y/o mantenimiento



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Año: 2022

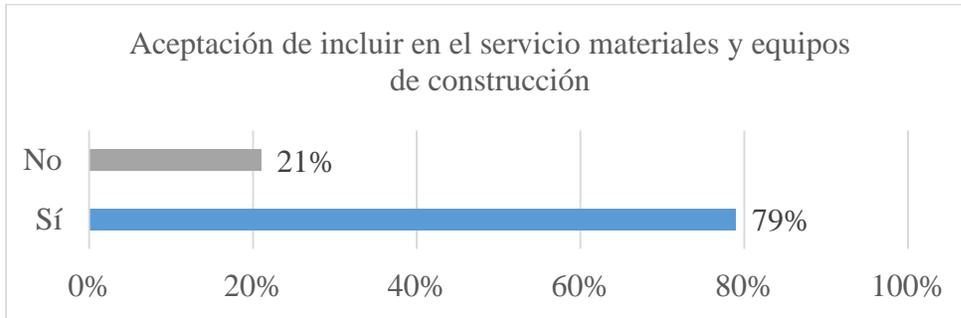
Análisis

La gran parte de los encuestados manifiestan que prefieren cancelar los servicios en efectivo y transferencia a la cuenta, por lo cual, la empresa establecerá mediante un acuerdo entre los involucrados en la obra, estipular el medio de cancelación de los servicios.

15. ¿Le gustaría que el servicio de construcción y mantenimiento de su domicilio incluya materiales o equipos de construcción?

Figura 14

Aceptación de incluir en el servicio materiales y equipos de construcción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Año: 2022

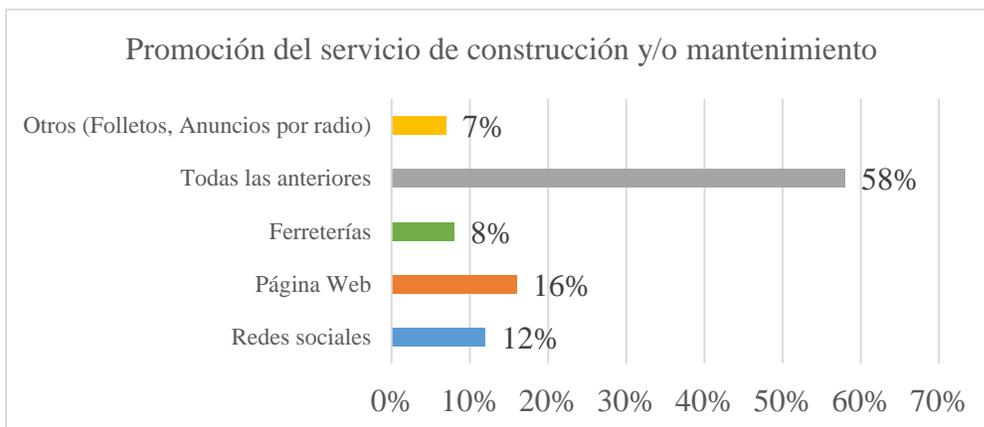
Análisis

La mayoría de los demandantes de obras les gustaría que incluya en el catálogo de servicios, un asesoramiento y acompañamiento de los materiales y equipos de construcción a usar en el proceso de la obra, esto ayudará en las actividades a brindar un servicio completo con instrumentos y materiales de calidad.

16. ¿De qué manera le gustaría que promocióne la prestación de servicios de construcción?

Figura 15

Promoción del servicio de construcción y/o mantenimiento



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Año: 2022

Análisis

En relación a los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas a los residentes de las viviendas en el cantón Otavalo, manifiestan que les gustaría que los medios de comunicación por los cuales se promocione el producto sean las redes sociales, página web y ferreterías, lo que permitirá al proyecto, saber que medios deberá utilizar para lograr captar la atención de sus clientes.

Adicionalmente para tener un conocimiento más amplio de cómo la empresa debe brindar los servicios de construcción y/o mantenimiento de inmuebles, se realizó una entrevista al Arq. Marcelo Guaján Clerque presidente del “Colegio de Arquitectos del Ecuador provincial de Imbabura”, donde se logra recoger la siguiente información:

Entrevista

¿Conoce usted si existe alguna empresa que brinde servicios de albañilería, electricidad, plomería, pintura y jardinería en la ciudad de Otavalo? ¿Cuáles?

El presidente del colegio de Arquitectos del Ecuador provincial de Imbabura manifestó que desconoce que exista en Otavalo una institución encargada de ofrecer los servicios antes mencionados, pero está al tanto de que existe puntos de concentración donde se puede contratar los servicios.

¿Cómo usted califica la calidad que brindan los trabajadores informales en los servicios de albañilería, electricidad, plomería, pintura y jardinería?

En el medio se puede encontrar todo tipo de trabajadores, trabajadores buenos, honestos cumplidos con conocimiento de lo que realizan, menciona que como profesionales se debe brindarles una coyuntura con los prestadores de servicios con el fin de lograr un ambiente trabajo armonioso, según su criterio los trabajadores que prestan los servicios de construcción que

deberían contratarse deberían estar capacitados en una sola área, ya que en el medio ha visualizado que algunos trabajadores realizan el trabajos de albañilería y electricidad por sí mismo y considera que no es correcto ya que cada trabajador debe realizar lo que sabe en lo que está especializado, en su caso contrata un grupo de albañiles, electricistas, plomeros, pintores y jardinería especializados únicamente en su área de campo para un mejor desempeño en las obras.

¿Qué opinión puede dar sobre la posición en que se encuentra la oferta de los servicios complementarios en el mercado de la construcción?

Según la opinión del entrevistado existe una gran oferta de este tipo de servicios, en adición añade que en ferreterías existen productos que pueden sustituir la labor de mano de obra, proporcionar cerámicas, tableros de closet o cocina y que también proporcionan el servicio de construcción o mantenimiento del inmueble.

Según su criterio ¿Cómo debería funcionar una empresa que brinde servicios complementarios de construcción?

Debe contar con trabajadores capacitados que brinden un buen servicio a los clientes que lleguen a hacer las compras y asesoramiento en los materiales y equipos para poder hacer todas las actividades de construcción con el fin de generar confianza entre los clientes a los cuales el proyecto se dirigirá.

¿Qué tipo de servicios usted considera que debe tener en su portafolio empresarial?

Los servicios que la empresa o emprendimiento se proponga, para el inicio de sus actividades de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería en las remodelaciones y construcciones de vivienda en comienzo es viable sin embargo estos deberán contar con personal capacitado. Además, debería estar alineado con trabajadores que se involucren en el proceso de elaboración de la obra con la finalidad de brindar un servicio completo.

Según su apreciación ¿Que necesidades en cuanto a servicios considera que requieren actualmente los profesionales de construcción?

Ha habido un cambio en el tipo y modelo de construcción, debido a que la mayoría de viviendas son en dos ambientes en larga en planta baja lo que es el área social y en planta alta el área íntima, antiguamente las construcciones solían hacerse planta baja un solo departamento y segundo piso otro departamento, actualmente la gente ha innovado en los conjuntos habitacionales en líneas modernas con volúmenes entrantes y salientes. Por ejemplo, en viviendas de construcción de dos pisos antiguamente las columnas eran de 20 x 30 cm con estribos de varilla de 8 ml y 6 varillas de media, pero con la actualidad lo mínimo que se debe para una columna es de 30 x 30 cm con 8 varillas de media y los estribos de doble varilla de 10 milímetros.

¿Qué garantías usted estima que la empresa debe ofrecer en los servicios mencionados?

Como constructores se debería brindar por lo menos en estructuras 10 años de garantía, en lo que es las viviendas mampostería por lo general se les da 3 a 4 años de garantía por la razón de que normalmente siempre existe movimientos sísmicos y el sol va deteriorando el color de las fachadas a los usuarios se les recomienda que cada 2 o 3 años hagan mantenimientos de su vivienda.

¿Cuáles normas de salud y seguridad ocupacional considera que deben implementarse en la empresa?

Las empresas esta obligados a dar esa seguridad a los trabajadores a través de las normas de seguridad industrial y menciona que en el colegio se da capacitaciones sobre ese tema, con el fin de que los arquitectos y trabajadores sepan del riesgo que se tiene cada día en la construcción, por diferente índole en la utilización de herramientas menores como martillo, punta, combos, palas

picos que representan un riesgos diarios e igualmente en equipos como taladros, moledores y soldas que represan un riesgo más alto en la construcción. Por lo tanto, como profesionales se les debe dar las garantías en los materiales y equipos de construcción adecuados y de calidad con conocimiento de adecuado manejo de los mismos.

¿Qué proveedores usted conoce que facilitan los materiales o equipos para las obras de construcción?

Existe una gran variedad de proveedores en el mercado como edimca, mabe y pequeños negocios que depende de lo que necesite la empresa.

Discusión

En el estudio de mercado se determinó la oferta y demanda a la cual el proyecto ofertará sus servicios mediante la recopilación de información. La información se ha recopilado mediante herramientas como son la encuesta aplicada a los posibles consumidores, lo cual permitió conocer las inconformidades, gustos y preferencias a cerca del servicio; además, de analizar aspectos relacionados con el precio, plaza y promoción.

Se aplicó 382 encuestas a los residentes de las viviendas mediante el muestreo estratificado proporcional, los datos fueron obtenidos a través información documental del GAD de Otavalo. La aplicación de la encuesta ayudo a analizar la frecuencia de consumos de los servicios de construcción en cada una de las parroquias del cantón. En el caso de la oferta existente, se utilizó la encuesta y una ficha de observación para conocer entre los encuestados si tienen empresas o personas confiables para realizar los trabajos de remodelación y mantenimiento en los inmuebles. Los resultados demostrados en las encuestas determinaron que a pesar de hay competencia de servicios relacionados, existe oportunidad en el mercado para la creación del negocio debido a que

hay una aceptación de demanda del 77%; además, de agregar un costo adicional sobre costo total de los servicios de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería.

3.4.7. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda se la realiza en base a datos recopilados a través de las encuestas, en el cual, se cuantificó los servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles por su aceptación en el mercado según la encuesta realizada. Para la demanda actual se consideró la encuesta realizada a los residentes de las viviendas. Según la pregunta No. 9 el 77% de las viviendas investigadas están dispuestas a adquirir los servicios de albañilería, plomería, pintura, electricidad y jardinería; así como también en la pregunta No. 2 se pudo determinar la frecuencia y cantidad de consumo de tales servicios. De tal manera que la población de 56.891 viviendas dispuesta a adquirir el servicio de albañilería un 81,15% que representa a 46.168 viviendas solicitará el servicio una vez al año dando un total de 46.168 viviendas anuales; el 17,54% que representa a 9.978 viviendas solicitará el servicio semestralmente dando un total de 19.957 viviendas anuales; finalmente, el 1,31% que representa a 745 viviendas solicitará el servicio trimestralmente dando un total de 2.234 viviendas anuales.

Tabla 12

Demanda Actual de servicios de albañilería

Población Objetivo	Población dispuesta a adquirir el servicio	Frecuencia de Adquisición albañilería	Porcentaje	Frecuencia de consumo	Periodo de consumo	Demanda Actual
73920	56891	Anualmente	81,15%	46168	1	46168
		Semestralmente	17,54%	9978	2	19957
		Trimestralmente	1,31%	745	3	2234
Total			100%	56891		68359

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

En lo referente al servicio de plomería, el 91,36% que representa a 51.997 viviendas solicitará el servicio una vez al año dando un total de 51.997 viviendas anuales; el 8,38% que representa a 4.766 viviendas solicitará el servicio semestralmente dando un total de 9.532 viviendas anuales; finalmente, el 0,26% que representa a 149 viviendas solicitará el servicio trimestralmente dando un total de 447 viviendas anuales.

Tabla 13

Demanda Actual de servicios de plomería

Población Objetivo	Población dispuesta a adquirir el servicio	Frecuencia de Adquisición plomería	Porcentaje	Frecuencia de consumo	Periodo de consumo	Demanda Actual
73920	56891	Anualmente	91,36%	51977	1	51977
		Semestralmente	8,38%	4766	2	9532
		Trimestralmente	0,26%	149	3	447
Total			100%	56891		61955

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

En lo referente al servicio de electricidad, el 88,00% que representa a 50.064 viviendas solicitará el servicio una vez al año dando un total de 50.064 viviendas anuales y el 12,00% que representa a 6.827 viviendas solicitará el servicio semestralmente dando un total de 13.654 viviendas anuales.

Tabla 14

Demanda Actual de servicios de electricidad

Población Objetivo	Población dispuesta a adquirir el servicio	Frecuencia de Adquisición electricidad	Porcentaje	Frecuencia de consumo	Periodo de consumo	Demanda Actual
73920	56891	Anualmente	88,00%	50064	1	50064
		Semestralmente	12,00%	6827	2	13654
		Trimestralmente	0,00%	0	3	0
Total			100%	56891		63718

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

En lo referente al servicio de pintura, el 69,00% que representa a 39.255 viviendas solicitará el servicio una vez al año dando un total de 39.255 viviendas anuales; el 28,00% que representa a 15.930 viviendas solicitará el servicio semestralmente dando un total de 31.859 viviendas anuales; finalmente, el 3,00% que representa a 1.707 viviendas solicitará el servicio trimestralmente dando un total de 5.120 viviendas anuales.

Tabla 15

Demanda Actual de servicios de pintura

Población Objetivo	Población dispuesta a adquirir el servicio	Frecuencia de Adquisición pintura	Porcentaje	Frecuencia de consumo	Periodo de consumo	Demanda Actual
73920	56891	Anualmente	69,00%	39255	1	39255
		Semestralmente	28,00%	15930	2	31859
		Trimestralmente	3,00%	1707	3	5120
Total			100%	56891		76234

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Finalmente, en lo referente al servicio de jardinería, el 86,00% que representa a 48.927 viviendas solicitará el servicio una vez al año dando un total de 48.927 viviendas anuales y el 14,00% que representa a 7.965 viviendas solicitará el servicio semestralmente dando un total de 15.930 viviendas anuales.

Tabla 16

Demanda Actual de servicios de jardinería

Población Objetivo	Población dispuesta a adquirir el servicio	Frecuencia de Adquisición jardinería	Porcentaje	Frecuencia de consumo	Periodo de consumo	Demanda Actual
73920	56891	Anualmente	86,00%	48927	1	48927
		Semestralmente	14,00%	7965	2	15930
		Trimestralmente	0,00%	0	3	0
Total			100%	56891		64856

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

3.4.8. Análisis de la oferta

En la determinación de la oferta existente en el mercado se debe analizar los prestadores de servicios que ofertan las empresas y personas naturales que realizan estas actividades. En la oferta calcular la totalidad de este número se complica, debido a que, la mayoría de obreros son albañiles, plomeros, electricistas, pintores y jardineros de diferentes rangos que trabajan generalmente de manera informal a través de trabajos ocasionales; por consiguiente, a veces sus obras no son facturadas.

A causa de lo antes expuesto, para tener una idea del mercado de los prestadores de servicios, se ha recopilado a través de la encuesta la información de demandantes de servicios, que han tenido algún tipo de experiencia o han contratado este tipo de servicios, bajo estos parámetros según la pregunta No. 3 se ha determinado que la oferta existente actualmente es del 37% residentes de viviendas que tienen el contacto de una empresa o persona confiable que le ayuda a asistir en los servicios de construcción y mantenimiento en el inmueble además para su frecuencia y cantidad de consumo se determinó a través de las pregunta No 2 de la encuesta. De tal manera que la población de 27.285 viviendas que cuenta con una empresa o persona para realizar el servicio de albañilería un 81,15% que representa a 22.142 no solicitará el servicio una vez al año dando un total de 22.142 viviendas anuales; el 17,54% que representa a 4.786 viviendas no solicitará el servicio semestralmente dando un total de 9.571 viviendas anuales; finalmente, el 1,31% que representa a 357 viviendas no solicitará el servicio trimestralmente dando un total de 1.071 viviendas anuales.

Tabla 17*Oferta Actual de servicios de albañilería*

Población Objetivo	Población que cuenta con una empresa o persona para realizar el servicio	Frecuencia de Adquisición de albañilería	Porcentaje	Frecuencia de consumo	Periodo de consumo	Oferta Actual
73920	27285	Anualmente	81,15%	22142	1	22142
		Semestralmente	17,54%	4786	2	9571
		Trimestralmente	1,31%	357	3	1071
Total			100%	27285		32784

Fuente: Encuesta*Elaborado por:* La Autora

En lo referente al servicio de plomería que cuenta con una empresa o persona para realizar el trabajo, el 91,36% que representa a 24.928 viviendas no solicitará el servicio una vez al año dando un total de 24.928 viviendas anuales; el 8,38% que representa a 2.286 viviendas no solicitará el servicio semestralmente dando un total de 4.571 viviendas anuales; finalmente, el 0,26% que representa a 71 viviendas no solicitará el servicio trimestralmente dando un total de 214 viviendas anuales.

Tabla 18*Oferta Actual de servicios de plomería*

Población Objetivo	Población que cuenta con una empresa o persona para realizar el servicio	Frecuencia de Adquisición de plomería	Porcentaje	Frecuencia de consumo	Periodo de consumo	Oferta Actual
73920	27285	Anualmente	91,36%	24928	1	24928
		Semestralmente	8,38%	2286	2	4571
		Trimestralmente	0,26%	71	3	214
Total			100%	27285		29713

Fuente: Encuesta*Elaborado por:* La Autora

En lo referente al servicio de electricidad, el 88,00% que representa a 24.010 viviendas no solicitará el servicio una vez al año dando un total de 24.010 viviendas anuales y el 12,00% que representa a 3.274 viviendas no solicitará el servicio semestralmente dando un total de 6.548 viviendas anuales.

Tabla 19

Oferta Actual de servicios de electricidad

Población Objetivo	Población que cuenta con una empresa o persona para realizar el servicio	Frecuencia de Adquisición de electricidad	Porcentaje	Frecuencia de consumo	Periodo de consumo	Oferta Actual
73920	27285	Anualmente	88,00%	24010	1	24010
		Semestralmente	12,00%	3274	2	6548
		Trimestralmente	0,00%	0	3	0
Total			100%	27285		30559

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

En lo referente al servicio de pintura, el 69,00% que representa a 18.826 viviendas no solicitará el servicio una vez al año dando un total de 18.826 viviendas anuales; el 28,00% que representa a 7.640 viviendas no solicitará el servicio semestralmente dando un total de 15.279 viviendas anuales; finalmente, el 3,00% que representa a 819 viviendas no solicitará el servicio trimestralmente dando un total de 2.456 viviendas anuales.

Tabla 20*Oferta Actual de servicios de pintura*

Población Objetivo	Población que cuenta con una empresa o persona para realizar el servicio	Frecuencia de Adquisición de Pintura	Porcentaje	Frecuencia de consumo	Periodo de consumo	Oferta Actual
73920	27285	Anualmente	69,00%	18826	1	18826
		Semestralmente	28,00%	7640	2	15279
		Trimestralmente	3,00%	819	3	2456
Total			100%	27285		36561

Fuente: Encuesta*Elaborado por:* La Autora

Finalmente, en lo referente al servicio de jardinería, el 86,00% que representa a 23.465 viviendas no solicitará el servicio una vez al año dando un total de 23.465 viviendas anuales y el 14,00% que representa a 3.820 viviendas solicitará el servicio semestralmente dando un total de 7.640 viviendas anuales

Tabla 21*Oferta Actual de servicios de jardinería*

Población Objetivo	Población que cuenta con una empresa o persona para realizar el servicio	Frecuencia de Adquisición de jardinería	Porcentaje	Frecuencia de consumo	Periodo de consumo	Oferta Actual
73920	27285	Anualmente	86,00%	23465	1	23465
		Semestralmente	14,00%	3820	2	7640
		Trimestralmente	0,00%	0	3	0
Total			100%	27285		31104

Fuente: Encuesta*Elaborado por:* La Autora

Además, se realizó una ficha de observación donde se constató que existen dos puntos de encuentro para los trabajadores informales, los cuales se concentran para ofertar sus servicios en el Parque Simón Bolívar y la Sede Bahai ubicadas en el centro de la ciudad de Otavalo. A continuación, se presentará la información en el siguiente cuadro.

Tabla 22
Trabajadores informales

Sector	No. de prestadores de servicio de construcción y mantenimiento de inmuebles.	Cargo
	14	Maestros de obras
Parque Simón Bolívar	13	Poli funcionales
	9	Ayudante de obras
	7	Maestros de obras
Sede Bahai	2	Poli funcionales
	2	Ayudante de obras
Total	47	

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: La Autora

3.4.9. Demanda insatisfecha

Una vez determinada tanto la demanda y oferta en el mercado de servicios complementarios de construcción, y teniendo cifras de cómo se encuentra el mismo, se analiza cuál es la demanda insatisfecha. La demanda insatisfecha comprende la parte demandante de estos servicios que no está siendo atendida por los ofertantes actuales, y que constituye una oportunidad de negocio para cualquiera que desee desarrollar estas actividades.

Tabla 23
Demanda Insatisfecha

Categoría	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
Albañilería	68359	32784	35575
Plomería	61955	29713	32242
Electricidad	63718	30559	33160
Pintura	76234	36561	39673
Jardinería	64856	31104	33752
Total	335123	160722	174401

Elaborado por: La Autora

Por lo tanto, si la demanda actual total del mercado que vamos a atender en la ciudad de Otavalo es alrededor de 335.123 viviendas que requieren de estos servicios y existe una oferta equivalente a 160.722 viviendas que cuentan regularmente con prestadores de estos servicios, el número de viviendas que podrían estar requiriendo servicios de construcción y mantenimiento de inmuebles y que no está siendo atendido actualmente es de aproximadamente 174.401 viviendas.

3.4.10. Estrategias de comercialización

a) Servicio

Los servicios que prestará la empresa se caracterizarán por ser un servicio formal, oportuno, garantizado, al brindar un trabajo de calidad en las obras de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería generando así, confianza entre los clientes y la empresa. Lo anteriormente expuesto representará una ventaja en relación a los trabajadores informales que laboran en la ciudad de Otavalo. Además, se centralizará la red de servicios integrales para el hogar para que nuestros clientes tengan un portafolio de servicios amplio que les permita atender sus necesidades en el tiempo justo, con el personal capacitado a un precio asequible y con la confianza e integridad que los clientes requieren. La empresa contará con 5 tipos de catálogos de servicios con proveedores de servicio calificados y se supervisará la planificación y ejecución de la obra, garantizando la integridad y calidad en la obra a realizarse. A continuación, en base a las estimaciones de datos del Sistema Oficial de Contratación Pública (2014), se detallará los servicios con los que contará cada catálogo en la siguiente tabla.

Tabla 24*Catálogo de servicios*

Catálogo de servicios	Detalle	Unidad de medida
Albañilería	Mampostería	m ²
	Sellado de paredes	
	Enlucidos de interiores y exteriores	
	Enlucidos de pisos	
	Enlucido de tumbado	
	Enlucido de escalones	
	Cubierta ondulada	
	Retiro de masillado de pisos	
	Cerámica de pisos	
	Cerámica de paredes y baños	
	Pulido de baldosas en piso	
	Piso de cemento aislado	
	Plomería	
Punto de desagüe (lavavo)		
Punto de agua fría (sanitario)		
Punto de desagüe (sanitario)		
Punto de agua fría (ducha)		
Punto de desagüe (ducha)		
Instalación de inodoro sanitario, urinario.		
Electricidad	Punto de luz	Punto/Unidad
	Tomacorriente de 110v	
	Acometida	
	Puntos de teléfono	
Pintura	Montaje de pieza eléctrica	m ²
	Pintura en interiores	
Jardinería	Pintura en exteriores	m ²
	Mantenimiento de jardín, acondicionamiento de tierra para plantas.	
	Remodelación de áreas verdes, siembra de plantas ornamentales y creación de moldes artísticos en las zonas verdes.	

Fuente: Sistema Oficial de Contratación Pública 2014.

Elaborado por: La Autora

b) Precio

Con respecto a esta variable de acuerdo a las respuestas de los encuestados, los residentes de viviendas están dispuestos a pagar entre el 5% y el 10% adicional por obtener el servicio de la

empresa. Con el fin de lograr un posicionamiento en la mente de nuestros clientes como la mejor opción en el servicio en aspectos de calidad, rapidez y confianza, se considera importante establecer una estrategia de precio, incrementando un 10% sobre el valor que comúnmente pagan los usuarios para acceder a contratar esta clase de servicios.

En base a lo expuesto se determinará que en el negocio depende al tipo de catálogo de servicios que soliciten los clientes, el precio tendría un costo estimado entre los valores anteriormente mencionados aumentado el porcentaje adicional. Además, el proceso de ponderación del precio al final del servicio se ajustará en base a los factores de la calidad en determinación de equipos e insumos a usarse, tiempo empleado en la obra, horarios en base al tiempo que se ejecuta el servicio y también se tomará como referencia precios fijados por la competencia. Adicionalmente, se ponderaran los precios para cada catálogo de servicios de acuerdo a la información expuesta en el Sistema Oficial de Contratación Pública (2014), por lo cual se visualizará de la siguiente manera:

Tabla 25

Precio

Servicios	Unidad de medida	Costo unidad de medida	Horas de servicio diarias	Medidas trabajadas en las horas de servicios diarias	Porcentaje servicio adicional	Precio unitario de venta
Albañilería	m ²	\$ 3,10	8	4,20 m ²	10%	\$ 14,32
Plomería	u	\$ 19,00	2	1	10%	\$ 20,90
Electricidad	u	\$ 16,00	2	1	10%	\$ 17,60
Pintura	m ²	\$ 3,10	24	5,00 m ²	10%	\$ 17,05
Jardinería	m ²	\$ 2,89	4	6,00 m ²	10%	\$ 19,07

Fuente: Sistema Oficial de Contratación Pública 2014.

Elaborado por: La Autora

c) Plaza o canales de distribución

El negocio ofertará sus servicios por redes social y una aplicación; sin embargo; tendrá también una oficina para atender a los clientes que se acerquen presencialmente al solicitar los servicios. Además, que poseerá una bodega para el almacenamiento de materiales y equipos de construcción para los trabajadores que no cuenten con los instrumentos necesarios. El canal de distribución para los servicios de la empresa será directo en los servicios de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería, es decir, no existirá ningún tipo de intermediarios, por lo tanto, los clientes que necesiten contratar el servicio, lo solicitarán ya sea de manera virtual desde la comodidad de su hogar por medio del uso de una aplicación, redes sociales, llamadas telefónicas, correo electrónico o también acercándose personalmente a la oficina, de esta manera, se le enviará inmediatamente el personal respectivo para el diagnóstico y ejecución del trabajo construcción y/o mantenimiento del inmueble.

d) Promoción

La publicidad es una herramienta que ayudará a la empresa a que se posicione en el mercado para así a dar a conocer su portafolio de servicios. Por lo tanto, en el emprendimiento se realizará anuncios por las redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, páginas web, radios y un rotulo, medios publicitarios por donde se dará conocer el negocio. Se implementará el modelo de negocio de marketing de afiliados, a través de esta estrategia, se promocionará el negocio por ferreterías y servicios profesionales relacionados con la construcción. Al utilizar esta estrategia de comercialización, los afiliados recomendarán a sus clientes solicitar los servicios de la empresa. El proyecto estratégicamente solicitará los servicios de un especialista SEM, el profesional, creará campañas de publicidad para aumentar la visibilidad de la marca en los buscadores mediante enlaces patrocinados.

3.5. Estudio técnico – administrativo

3.5.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

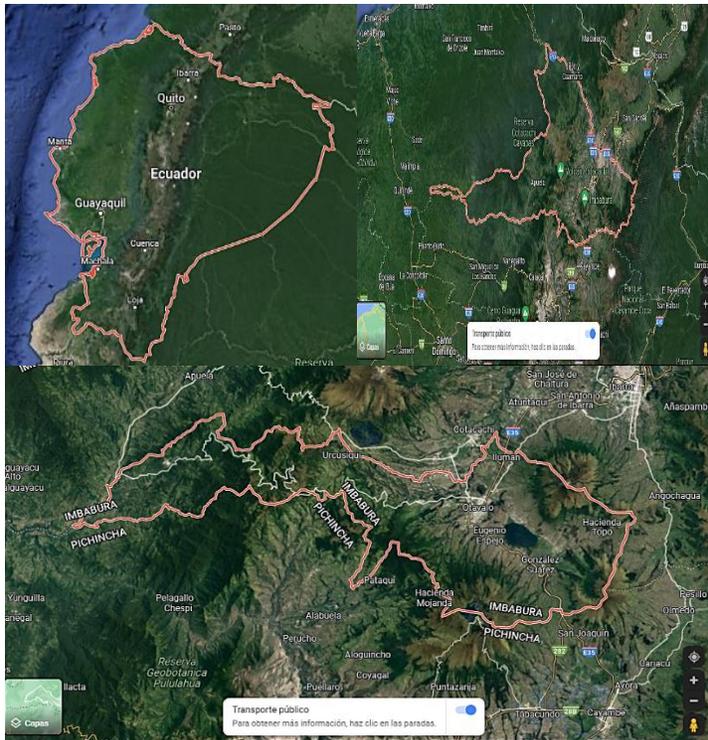
Para establecer la localización óptima del proyecto, es necesario efectuar un análisis de la macro y micro localización.

3.5.1.1. Macrolocalización

La macro localización tiene relación con la ubicación óptima y estratégica del proyecto, la cual deberá permitir el fácil acceso al mercado consumo y a la mano de obra. La empresa estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón de Otavalo, en la parroquia el Jordán lugar de fácil acceso para los clientes de nuestros servicios.

Figura 16

Macro localización



Fuente: google Maps.

Elaborado por: La Autora

3.5.1.2. Microlocalización

La micro localización es el lugar específico donde estará ubicado el proyecto, para esto, se aplicó el método cuantitativo por puntos, donde se analizan las posibles alternativas de ubicación con sus respectivos aspectos que inciden en el desarrollo normal de las actividades de la empresa. Los aspectos que se tomó en cuenta para escoger el lugar estratégico entre las alternativas propuestas son:

- *Cercanía al mercado.* La empresa de servicios de construcción y/o mantenimiento debe ubicarse cerca de los mercados de consumo, donde existe un gran flujo de demandantes que desea contratar los servicios de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería.
- *Infraestructura básica.* En el desarrollo normal de las actividades del proyecto, se necesita que el lugar contenga servicios como: energía, agua, alcantarillado, línea telefónica e internet.
- *Calidad y disponibilidad de mano de obra:* En el lugar de ubicación deberá encontrarse variedad de trabajadores del sector de la construcción, con la finalidad de que conozcan a la empresa y mediante una evaluación de desempeño puedan constituirse como una parte del negocio.
- *Competencia.* La empresa estará ubicada cerca de varios trabajadores informales para que así los clientes conozcan de la empresa que brinda los servicios.
- *Abastecimiento de materiales de construcción.* La empresa se ubicará alrededor de varias ferreterías y lugares que comercialicen materiales y equipos de construcción para el abastecimiento rápido y oportuno.

- *Valor del terreno.* Para la implantación del proyecto se necesita un espacio físico, el cual debe presentar un costo bajo, con la finalidad de no inflar el presupuesto total de la inversión.

A continuación, para determinar la micro localización se utilizará el método cualitativo por puntos, el cual, tiene la finalidad de ponderar los varios factores determinantes haciendo una comparación entre las posibles localizaciones.

Tabla 26

Análisis de la micro localización por el método cuantitativo por puntos

Factor	Peso	Alternativa Parroquia El Jordán		Alternativa Parroquia El San Luis	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Cercanía al mercado	0,35	9	3,15	9	3,15
Infraestructura Básica	0,2	7	1,4	6	1,2
Calidad y disponibilidad de mano de obra	0,15	8	1,2	7	1,05
Competencia	0,15	8	1,2	9	1,35
Abastecimiento de materiales de construcción	0,05	8	0,4	7	0,35
Valor del Terreno	0,1	9	0,9	7	0,7
Total	1		8,25		7,8

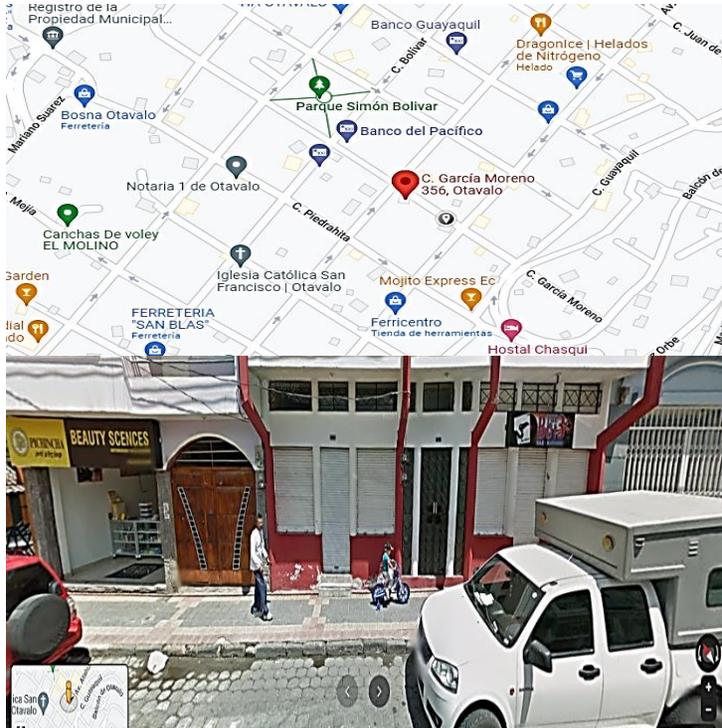
Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Aplicado el método se concluye que la alternativa de la parroquia El Jordán es la opción más acertada, al generar menos inconvenientes con los factores que inciden en el desarrollo de las actividades. Por lo tanto, la micro localización del proyecto será en la Av. Atahualpa y García Moreno, parroquia el Jordán, Otavalo:

Figura 17

Micro localización.



Fuente: google Maps.

Elaborado por: La Autora

3.5.2. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

3.5.2.1. Mercado.

En el capítulo anterior, se identificó que existe una demanda insatisfecha de 174.401 viviendas para la prestación de servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, el cual puede ser aprovechada según la capacidad instalada del proyecto. A continuación, en el siguiente cuadro se visualizará cuáles son los servicios que son más demandados por los residentes de las viviendas.

Tabla 27*Porcentaje de demanda insatisfecha de los servicios*

Categoría	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Porcentaje
Albañilería	68.359	32.784	35.575	20%
Plomería	61.955	29.713	32.242	18%
Electricidad	63.718	30.559	33.160	19%
Pintura	76.234	36.561	39.673	23%
Jardinería	64.856	31.104	33.752	19%
Total	335.123	160.722	174.401	100%

Elaborado por: La Autora

3.5.2.2. Tecnología.

Al tratarse de una empresa que ofrecerá sus servicios complementarios de construcción y mantenimiento, es importante contar con los equipos informáticos para la realización de la promoción y estudios de las obras, El proyecto considerando que ofrecerá los servicios descritos en el estudio de mercado, es necesario que cuente con el siguiente:

- a) Equipos y materiales de construcción: Es decir equipos menores como multímetro digita, soldadora, compresor de pintura, podadora y herramientas menores como espátulas, rodillos, brochas, palas, niveles, escuadras, carretillas, escaleras, flexómetro, juego de llaves en tubo, llaves de picos ajustables, juego de destornilladores, pico, lampas, metro, martillos, taladros, sierras, brochas, tijeras, podadora, caja de herramientas de plomero y electricista que servirán para la prestación del servicio de construcción o mantenimiento de obras en la infraestructura del propietario.
- b) Equipo de oficina y consultoría: Comprende los equipos y sistemas informáticos que servirá para el desarrollo de los estudios de consultoría y parte administrativa de la

empresa como computadora, impresora, teléfono en línea. Además de muebles y enseres como escritorio, silla de escritorio, silla de espera, archivador y útiles de oficina.

3.5.2.3. Disponibilidad de recursos.

El proyecto al ser una empresa de servicios se considera importante la contratación de personal de planta como un gerente general, contador, inspector de obra, TIC`s, atención al cliente, albañil, plomero, electricista, pintor y jardinero en la empresa. El factor de mano de obra se considera un limitante en el proyecto, en la razón de que en la ficha de observación directa realizada en los puntos de concentración de los obreros de construcción se evidenciaron solamente 47 trabajadores, dentro de este grupo 21 son maestros obreros principales que pueden realizar las actividades de albañilería, plomería, electricidad, y pintura, 15 obreros que solamente pueden realizar ciertas funciones, 10 ayudantes de obras y 1 jardinero. Por lo tanto, el negocio contratara 1 trabajador especializado por cada servicio de planta que laboraran en la empresa de lunes a viernes 8 horas a la semana, adicionalmente si el trabajo a realizarse se necesitase de más personal, se contara con un base de datos de personal adecuado para cada una de las áreas de servicio que se lo contratara una vez el cliente solicite el servicio.

3.5.2.4. Financiamiento.

El proyecto contará con 2 socios que podrán aportar cada uno \$11.813,20, con una capacidad de endeudamiento del 45,84% del costo total del proyecto, debido a que, el banco BanEcuador otorgará un préstamo de \$20.000,00 dólares a una tasa de interés del 15,30% anual. Por lo cual el monto inicial del proyecto será de \$46.626,40.

3.5.2.5. Capacidad Instalada.

En la estimación de la capacidad instalada se tomarán en cuenta los trabajadores contratados para albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería, la unidad de medida de los servicios y el porcentaje de demanda insatisfecha que tienen los mismos.

Tabla 28

Capacidad Instalada por catálogo de servicios

Catálogo de servicios	Albañilería	Plomería	Electricidad	Pintura	Jardinería
Nº de trabajadores contratados	1	1	1	1	1
Unidad de medida	m ²	u	u	m ²	m ²
Costo unidad de medida	\$ 3,10	\$ 19,00	\$ 16,00	\$ 3,10	\$ 2,89
Horas de servicio diarias	8	2	2	24	4
Medidas trabajadas en las horas de servicios diarias	4,20 m ²	1	1	5,00 m ²	6,00 m ²
% Demanda Insatisfecha por servicio	20%	18%	19%	23%	19%
Horas de servicios trabajadas anualmente	392	355	365	437	372
Capacidad Instalada	1644,91 m ²	177	183	2183,83 m ²	2229,46 m ²

Elaborado por: La Autora.

En razón a lo anteriormente expuesto se determina que en catálogo de servicios de albañilería se realizará 1644,91 metros cuadrados anualmente, en 392 horas de servicio con una demanda insatisfecha del 20%, en el catálogo de servicios de plomería se realizará 177 unidades anualmente, en 355 horas de servicio con un porcentaje de demanda insatisfecha del 18%, en el catálogo de servicios de electricidad se realizará 183 unidades anualmente, en 365 horas de

servicio con un porcentaje de demanda insatisfecha del 19%, en el catálogo de servicios de pintura se realizará 2183,83 metros cuadrados anualmente, en 437 horas de servicio con un porcentaje de demanda insatisfecha del 23%, y finalmente en el catálogo de servicios de jardinería se realizará anualmente 2229,46 metros cuadrados anualmente, en 372 horas de servicio con un porcentaje de demanda insatisfecha del 19%.

3.5.3. Ingeniería del proyecto

La etapa de ingeniería del proyecto comprende el análisis de los aspectos técnicos y de infraestructura para la comercialización y prestación de los servicios complementarios de construcción. A continuación, se bosquejará la distribución de la planta y se realizará un análisis de los requerimientos para cada una de las áreas del negocio.

3.5.3.1. Distribución de la planta.

Para el negocio se arrendará un almacén en donde se comercializará de forma presencial los catálogos de servicios complementarios de construcción y mantenimiento, el local estará ubicado en el centro de la ciudad de Otavalo, en las calles Av. Atahualpa y García Moreno, el espacio es de 69,11 m² y estará distribuido de la siguiente manera:

Tabla 29
Distribución de la Planta

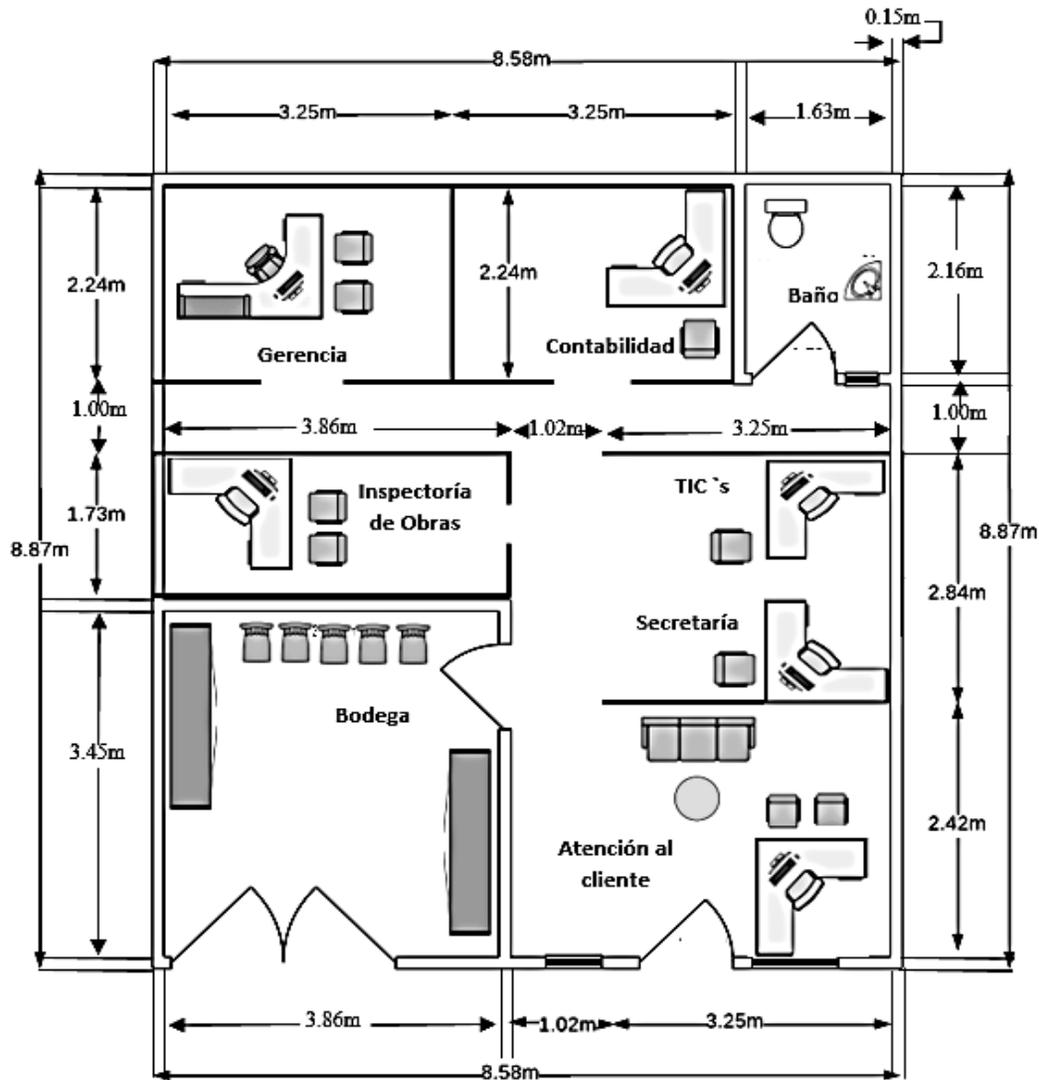
No.	Área	m ²
1	Gerencia	7,28
2	Contabilidad	7,28
3	Inspectoría de obras	6,68
4	TIC`s	4,62
5	Secretaría	4,62
6	Atención al cliente	7,87
7	Bodega	13,32
8	Baño	3,52
9	Pasillos	13,92
Total		69,11

Elaborado por: La Autora.

3.5.3.2. Diseño planimétrico de la planta.

Figura 18

Distribución de las Instalaciones



Elaborado por: La Autora.

El negocio arrendará una oficina en la cual en la entrada estará el área de atención al cliente, el encargado recibirá a los clientes, ofrecerá el catálogo de servicios del negocio y asistirá al personal administrativo. El área de bodega estará a la derecha de atención al cliente, en esta área, se almacenará los equipos de construcción menor y algunos materiales que los proveedores de

servicios usaran en sus labores cuando dispongan del equipo. La bodega y área de atención al cliente se encerrarán cerca a la entrada para que se controle la entrega y recepción de los instrumentos de construcción que ingresen y sean registrados por la personal de atención al cliente.

En la parte del fondo del local esquina derecha, se ubicará la gerencia, el encargado del área representará legalmente a la empresa, luego a su izquierda estará el área de contabilidad donde se administrará y presentará la información financiera de la entidad; además, en frente de esta estará el área de TIC`s y secretaría, la primera manejará temas relacionados a tecnologías, control de redes sociales y aplicación de la base de datos de la mano de obra, y secretaría se encargara de servir de soporte para todas las áreas; por consiguiente, estará ubicada a la izquierda el área de servicios, aquí se cumplirán las funciones de planeación y supervisión de la mano de obra contratada y afiliada del negocio.

3.5.3.3. Requerimientos por áreas.

Atención al cliente

El área de atención al cliente tendrá 2,42 metros de largo por 3,25 metros de ancho, el cual tendrá una estación de trabajo para el encargado de sociabilizar y negociar los servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles con los clientes. El sitio contará con una sala de recepción para los clientes en espera.

Bodega

La bodega tendrá un área de 3,45 metros de largo por 3,86 metros de ancho, el sitio tendrá estanterías para resguardar el equipo que se utilizará en el proceso de prestación del servicio, además, estará ubicado a la izquierda del área de atención al cliente con el fin de que al momento de que ingresen los equipos menores o materiales, el personal de atención al cliente registre su

ingreso y salida de las herramientas y materiales de construcción. Por lo tanto, facilitará el traslado o ingreso o entrega de materiales o equipos a los trabajadores y proveedores.

Inspectoría de obras

El área de inspectoría de obras tendrá 1,73 metros de largo por 3.86 metros de ancho. El sitio contará con una estación de trabajo, en la cual se encargará de planificar el proceso de contratación presupuestando el servicio que solicita el cliente, además de ejecutar y supervisar el trabajo que realizan los obreros durante el proceso del servicio.

Secretaria y TIC`s

En el área estarán secretaria y TIC`s, secretaria tendrá 1,42 metros de largo y 3,25 metros de ancho, la secretaria se encargará de servir de soporte para todas las estaciones del negocio, además de verificar la entrega y recepción de las herramientas o material para las obras. Adicionalmente TIC`s medirá 1,42 metros de largo y 3,25 metros de ancho, en el cual se manejará temas relacionados a los sistemas de comunicación, la base de datos de los obreros y monitorear las actividades informáticas relacionados con el marketing de afiliados vinculados a la empresa.

Gerencia

El área de gerencia tendrá 2,24 metros de largo por 3,25 metros de ancho contará con una estación de trabajo con muebles y equipo informático para el encargado de representar legalmente a la empresa. además de gestionar y administrar las actividades administrativas.

Contabilidad

El área de contabilidad tendrá 2,24 metros de largo y 3,25 metros de ancho contará con una estación de trabajo, en la cual se encargará de administrar, evaluar y analizar la información financiera y presentar a través de informes financieros.

Baño

La oficina contará con un baño tendrán un área de 2,16 metros de largo por 1,63 metros de ancho, este sitio estará disponible para todo el personal de la oficina.

3.5.4.1. Caracterización y diseño del servicio

El servicio que ofertará la empresa será la construcción y mantenimiento de inmuebles en trabajos de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería en modalidad virtual y presencial.

La empresa se dividirá en catálogos de servicios de albañilería, plomería, electricidad pintura y jardinería, las cuales el costo del trabajo estará basado en la unidad de medida trabajada. Adicionalmente, la empresa ampliará su catálogo de servicios de acuerdo a lo el cliente solicite.

El servicio que solicitará el cliente estará planificado, ejecutado y supervisado durante todo el proceso de la obra con la finalidad de realizar un trabajo de calidad en los proyectos de albañilería, plomería, pintura, electricidad y jardinería. Al finalizar la obra se realizará una limpieza del área trabajada para garantizar un servicio completo y de calidad.

Los recursos que se utilizará para ofrecer el servicio son los muebles y enseres necesarios en la oficina para el personal administrativo y clientes. Adicionalmente para un procedimiento adecuado se necesitará de los equipos de oficina y cómputo para su correcta documentación y registro de actividades. Finalmente, en la prestación del servicio se encontrarán involucrados los equipos y materiales de construcción como compresor, pistola, cortador de pared, sierras, brochas, tijeras podadoras, caja de herramientas de plomero o electricista, tales instrumentos que serán utilizados dependiendo el servicio que solicite el cliente.

Para el funcionamiento del negocio se necesitará el personal de planta como el gerente, contador, inspector de obras, TIC`s, secretaria, atención al cliente, los cuales estarán encargados

de manejar la gestión e información administrativa y de ventas, además, una persona encargada de la limpieza de las oficinas con un sueldo de medio tiempo y cinco obreros especializados en cada catálogo de servicios. Adicionalmente se contará con una base datos de trabajadores especializados en las áreas antes mencionadas y en jardinería.

La empresa tendrá personal afiliado con servicios relacionados con el sector de la construcción a través de la implementación del modelo de negocios de marketing de afiliados, en el cual, a través del coste por ventas (CPV) se recibirá una comisión cuando el enlace compartido genere la venta.

3.5.4.2. Descripción de la prestación del servicio

En el negocio se utilizará una representación gráfica para establecer los procesos estratégicos, procesos de cadena de valor y recursos de soporte necesarios para el funcionamiento del negocio. La empresa ofertará sus servicios por medios virtuales o presenciales, cuando el cliente se contacte con el negocio, la secretaria le ofrecerá los servicios que dispone y conjuntamente con el inspector de obras evaluarán la necesidad de realizar una visita comercial o contratar el servicio en el mismo momento. Al cliente se le dará a conocer el presupuesto de mano de obra, y materiales de construcción necesarios para el trabajo, si el consumidor acepta se procederá con el proceso de planificación de traslado de equipos y materiales de construcción para finalmente realizar la prestación del servicio solicitado.

3.5.4. Estructura organizativa y administrativa

3.5.5.1. Misión

Somos una empresa de servicios complementarios de construcción y mantenimiento en actividades de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería, garantizamos calidad en el

servicio con el manejo adecuado de los materiales de construcción mediante la contratación oportuna de obreros capacitados en el cantón Otavalo.

3.5.5.2. Visión

La empresa en el año 2026 logrará ser una de las mejores empresas en la prestación de servicios de construcción en grandes escalas expandiendo su cartera de clientes a toda la provincia de Imbabura, distinguiéndose por proporcionar trabajos inmobiliarios de calidad y oportunos estando a la vanguardia con las tendencias actuales del mercado.

3.5.5.3. Políticas

La empresa SERVICIOS FIXWASI S.A.S para lograr alcanzar las metas y objetivos propuestos, establecerá ciertas políticas las cuales deberán cumplirse a cabalidad, con la finalidad de posicionarnos en el mercado.

Política de calidad

La empresa brindará soluciones a las necesidades en construcciones o mantenimientos de las viviendas de Otavalo, la finalidad será lograr la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de los requisitos legales aplicables, buscando entregar un servicio de calidad y en el tiempo requerido; para ello, nos comprometeremos a cumplir con la capacitación de nuestro personal y la mejora continua de los procesos de valor.

Política de seguridad

Se orientará una estrategia en la materia hacia la formación de una cultura de prevención de riesgos. Todos los empleados se capacitarán y entrenarán para que cada uno asuma su responsabilidad en el cumplimiento de la política de seguridad.

La empresa verificará continuamente las condiciones de seguridad en todas las áreas y lugares que laboramos y se promoverá actitudes de participación y compromiso.

Política de comunicación

La empresa mantendrá una política de comunicación clara transparente con nuestros clientes, proveedores y aliados de negocios.

Todo el personal debe actuar con valores éticos.

3.5.5.4. Valores

- *Honestidad y Confidencialidad:* Se actuará con transparencia y rectitud en los procesos de la empresa para alcanzar la confiabilidad de nuestros clientes, actuando con honradez integridad y lealtad en el desarrollo de las actividades del negocio.
- *Responsabilidad:* Se fomentará nuestra lealtad con el equipo de trabajo y los clientes.
- *Trabajo en Equipo:* Se complementará y potencializará las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales para hacer un trabajo eficaz y eficiente en equipo.
- *Compromiso:* Se asumirá las acciones con esfuerzo, dedicación y empeño generando confianza en las actividades que se realizará hacia los clientes.
- *Respeto:* Se mantendrá unas adecuadas relaciones con nuestros colaboradores, clientes, proveedores, accionistas y con la comunidad en general. Por lo cual se fomentará el trato cordial y la adecuada inclusión de las personas, sin lugar a discriminación por valores, creencias e ideas.
- *Puntualidad:* Los trabajos y actividades dentro y fuera de la empresa se manejarán con puntualidad de acuerdo a los procesos administrativos establecidos.

3.5.5.5. Marca e imagen corporativa

Figura 19

Imagen corporativa



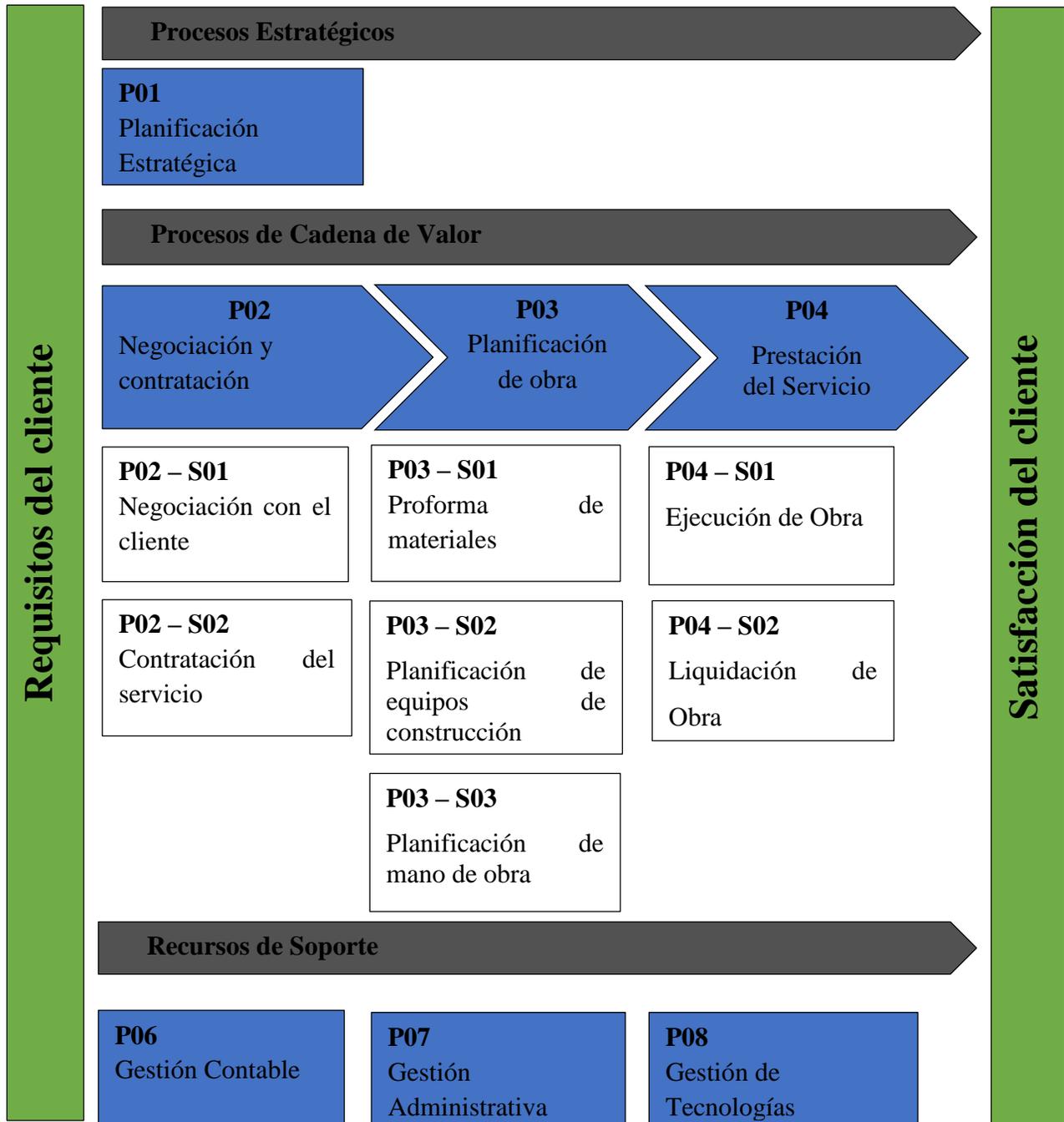
Elaborado por: La Autora

FIXWASI S.A.S es una empresa de servicios complementarios de construcción y mantenimiento en actividades de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería, garantizamos calidad en el servicio con el manejo adecuado de los materiales, equipos de construcción y la contratación oportuna de obreros capacitados en el cantón Otavalo.

3.5.5.6. Mapa de procesos

Figura 20

Mapa de procesos



Elaborado por: La Autora

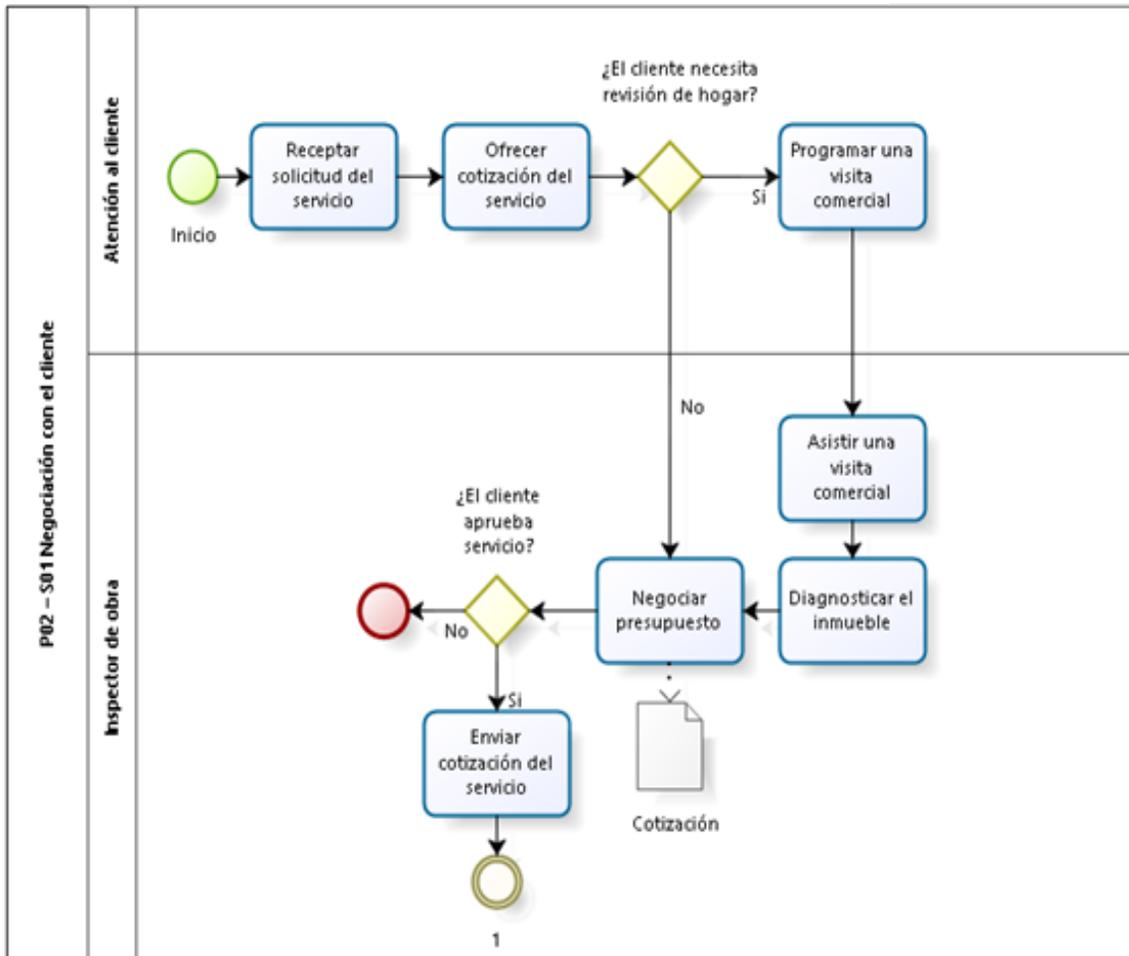
3.5.5.7. Flujograma de actividades

A continuación, se expresará de forma más detallada los procesos de *valor* del negocio mediante la utilización del diagrama de actividades, esto se dará a través de la metodología de diagramación ANSI, donde se mostrará de forma secuencial la información de cada uno de los procesos, lo cual facilitará la comprensión de cada actividad y su relación con las demás. A continuación, los procesos de cadena de valor de la empresa son:

P02 – S01 Negociación con el cliente

Figura 22

Proceso de negociación con el cliente.

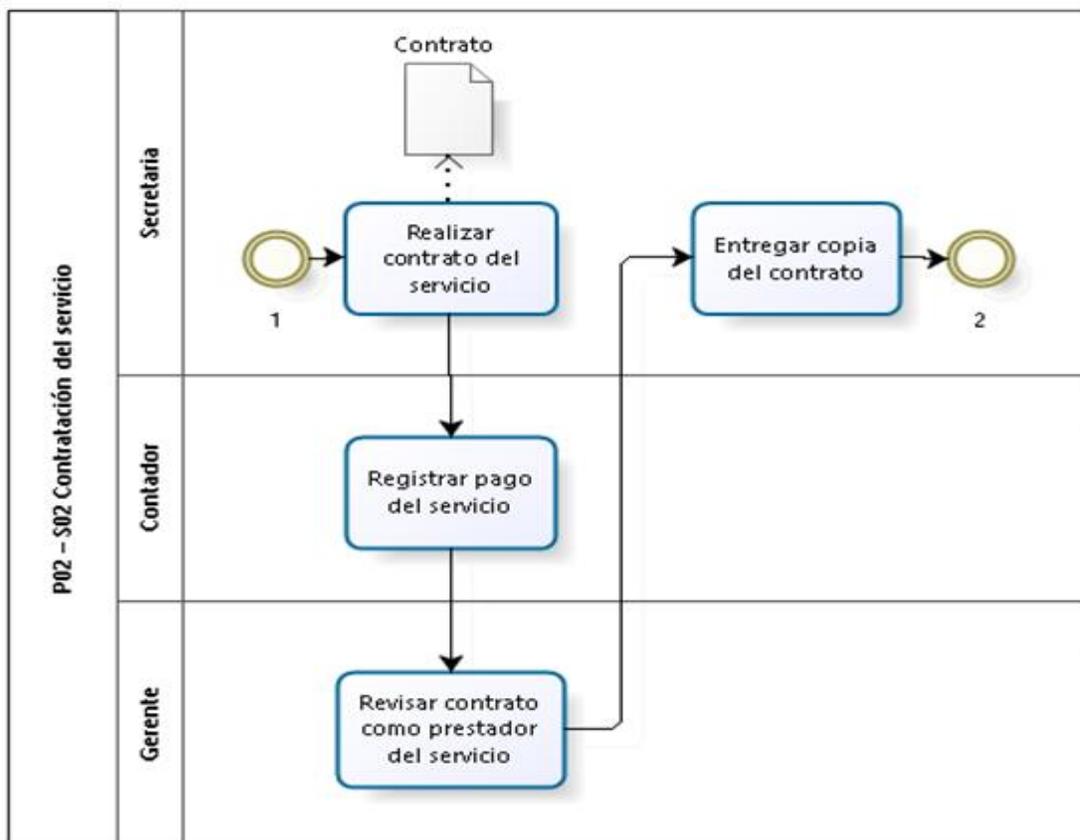


Elaborado por: La Autora.

P02 – S02 Contratación del servicio

Figura 25

Proceso de contratación del servicio.



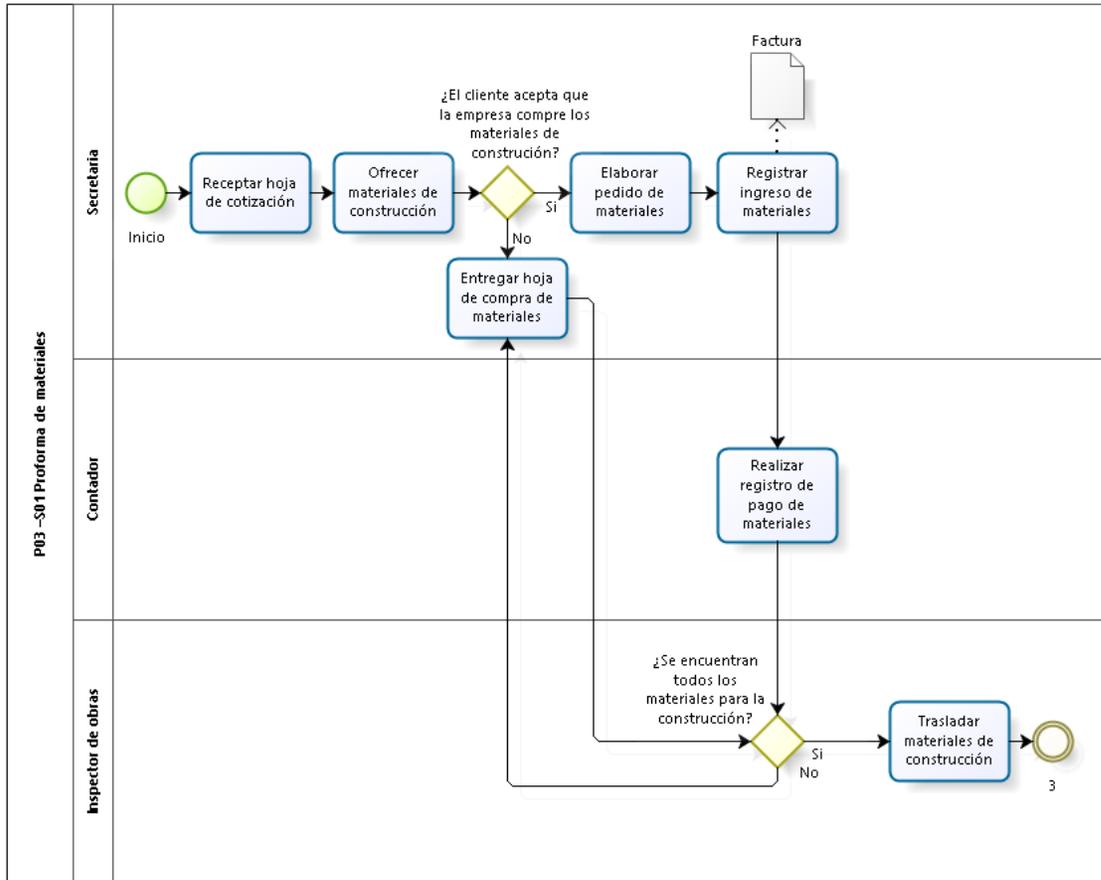
Elaborado por: La Autora.

P03 Planificación de Obra

P03 –S01 Proforma de materiales

Figura 28

Proceso de proforma de materiales.

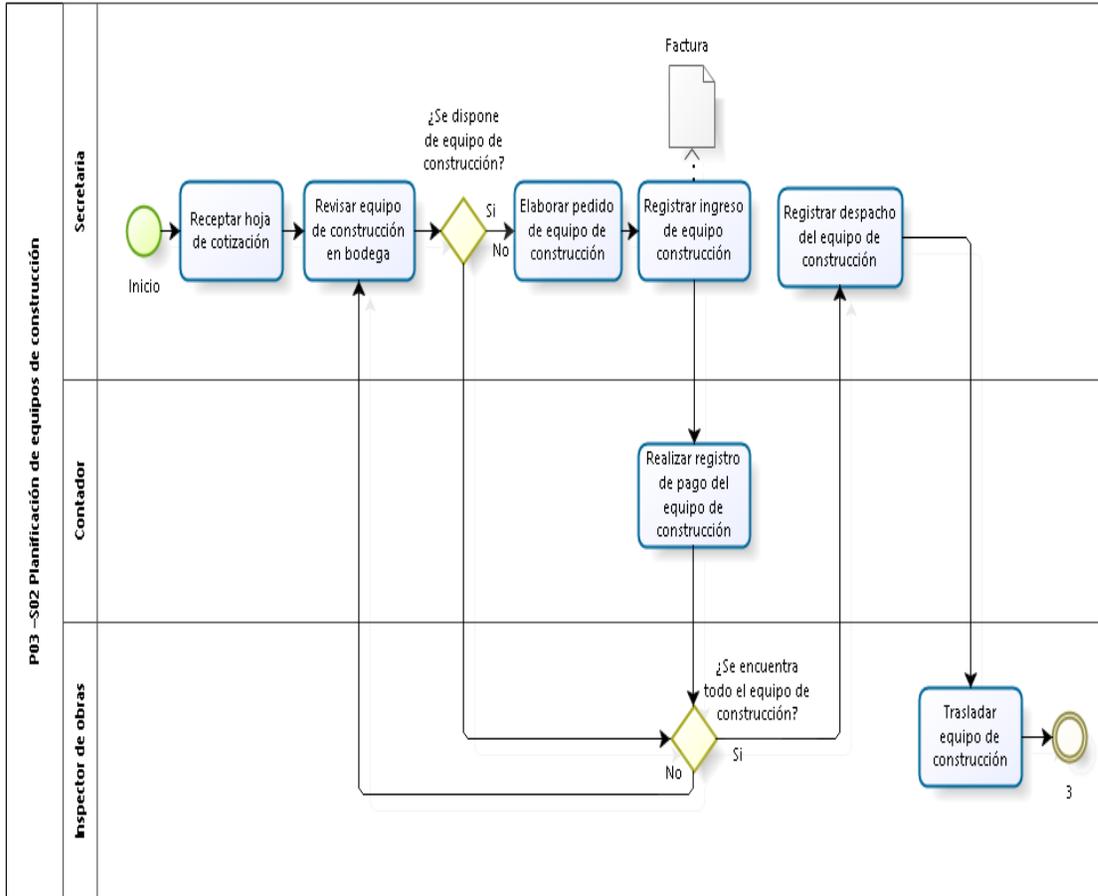


Elaborado por: La Autora.

P03 –S02 Planificación de equipos de construcción

Figura 31

Proceso de planificación de equipos de construcción.

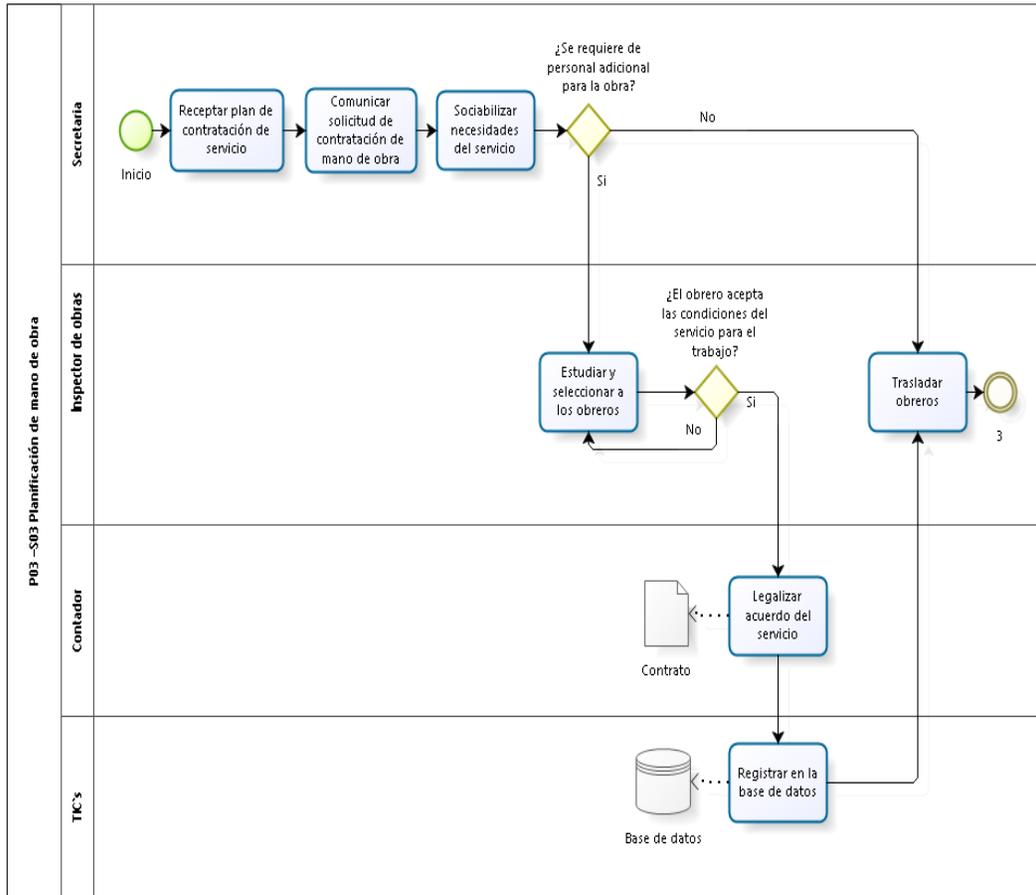


Elaborado por: La Autora.

P03 –S03 Planificación de mano de obra

Figura 34

Proceso de planificación de mano de obra.



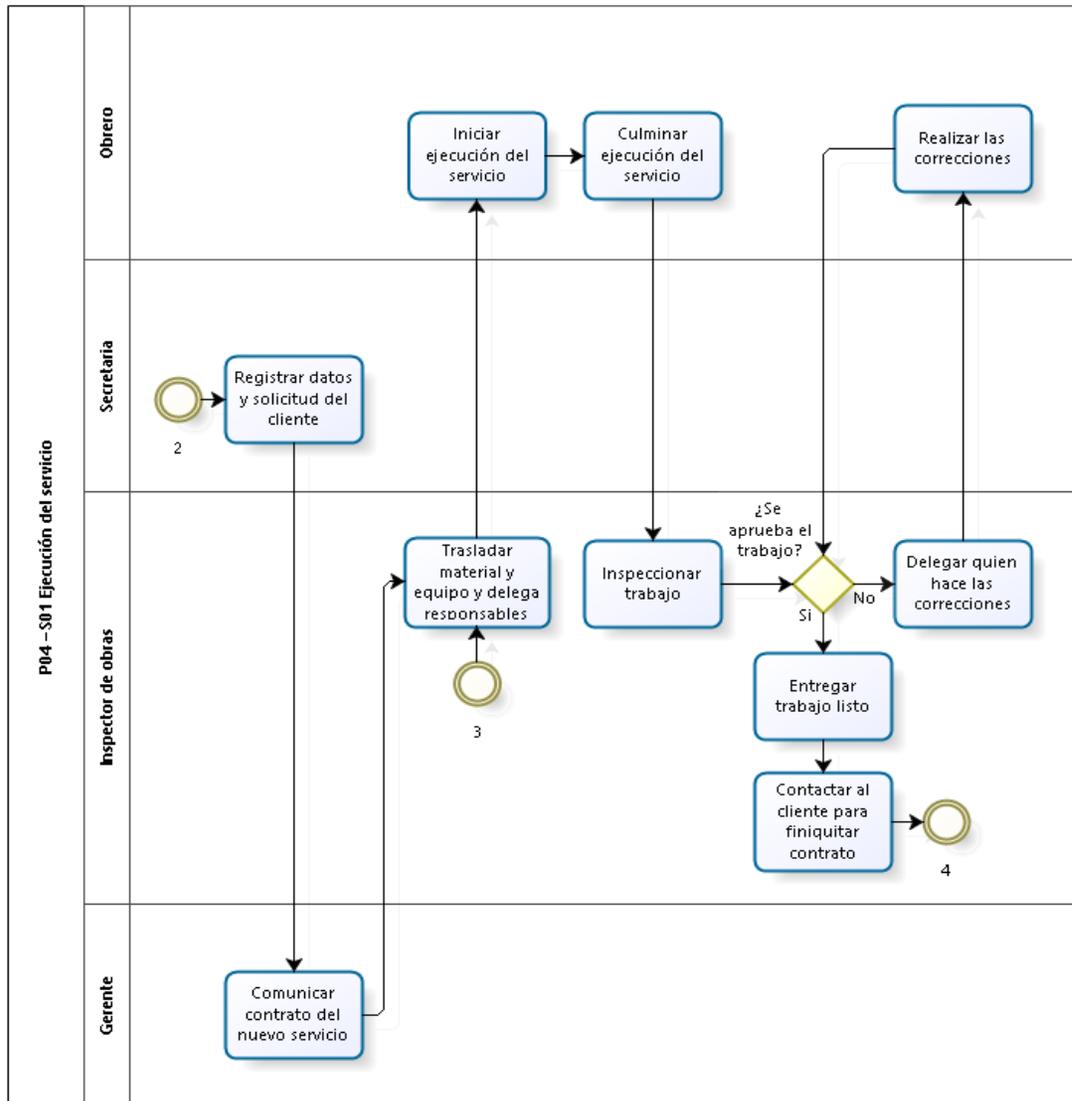
Elaborado por: La Autora.

P04 Prestación del servicio

P04 – S01 Ejecución del servicio

Figura 37

Proceso de ejecución del servicio.

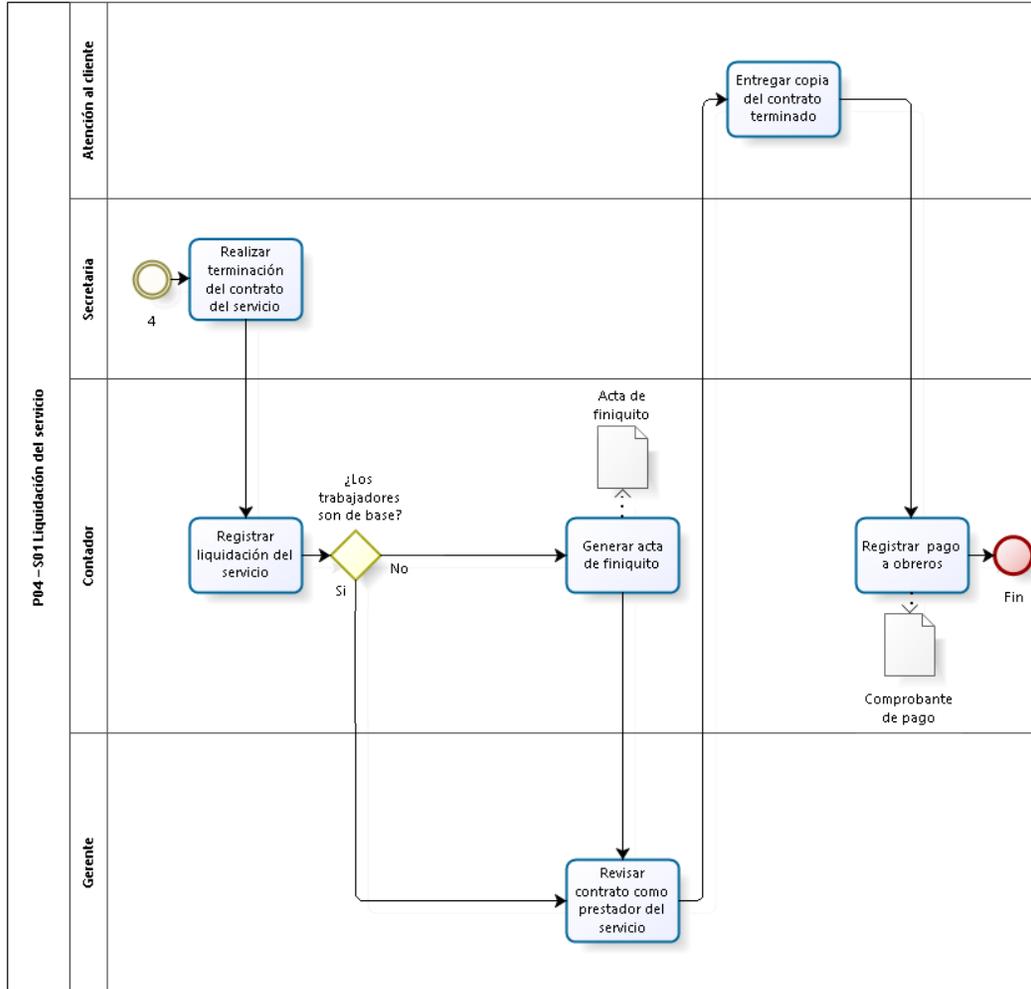


Elaborado por: La Autora.

P04 – S01 Liquidación del servicio

Figura 40

Proceso de liquidación del servicio.



Elaborado por: La Autora.

3.5.5.8. Descripción del diagrama de flujo.

Tabla 30

Matriz aclaratoria del subproceso P02-S01 Negociación con el cliente

Proceso:	P02 - Comercialización		
Subproceso:	P02 – S01 Negociación con el cliente		
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	
Receptar solicitud del servicio	El personal de atención al cliente recepta la solicitud del cliente con el requerimiento del tipo de servicio que necesita en el domicilio.	Atención	al cliente
Ofrecer cotización del servicio	Atención al cliente facilita una información básica de las ofertas que la empresa dispondrá y le ofrece una cotización del requerimiento, además registra información personal del cliente llegando a coordinar una visita y definiendo el tipo de trabajo a realizar.	Atención	al cliente
Evaluar servicio	Atención al cliente evaluara dependiendo el servicio que solicite el cliente si es necesario realizar una visita comercial. En caso de ser negativa la respuesta se procede a negociar el presupuesto con el inspector de obra.	Atención	al cliente
Programar una visita comercial	Atención al cliente evaluando el requerimiento del cliente registra información personal del cliente llegando a coordinar una visita comercial con el inspector de obras.	Atención	al cliente

Asistir una visita comercial	<p>Previo a la solicitud de la secretaria, el jefe de inspección de Obras realiza una breve inspección del estado de la vivienda, prestando especial interés en aquellas áreas del inmueble donde se realizará el trabajo, desarrollará una lista determinada la cantidad de material y mano de obra necesaria.</p>	Inspector de obras
Diagnosticar el inmueble	<p>Una vez verificado el estado del inmueble, el jefe de inspección de obras determinará la cantidad y tipo de trabajos a realizarse, con la finalidad de costar el servicio y determinar el precio del trabajo realizarse, adicionalmente se deberá asesorar al cliente sobre los trabajos a realizarse tratando de ofertar más servicios contribuyendo a la obra principal.</p>	Inspector de obra
Negociar presupuesto	<p>El inspector de obras con toda la información necesaria hace un listado de la cotización especificando precio, términos, duración y condiciones de trabajo.</p>	Inspector de obra
Aprobar presupuesto	<p>El inspector de obra procede a comunicarle la cotización del presupuesto explicando el contenido de la cotización. En ese momento el cliente decidirá si va o no adquirir el servicio. En caso de ser negativa la repuesta, termina el proceso.</p>	Inspector de obra

Enviar cotización del servicio	En caso de tener una respuesta positiva, el inspector de obra notificará a la secretaria, la cual deberá informar a la contadora y gerente del nuevo contrato de servicios.	Inspector de obra
--------------------------------	---	-------------------

Elaborado por: La autora

Tabla 31

Matriz aclaratoria del subproceso P02-S02 Contratación del servicio

Proceso:	P02 – Comercialización	
Subproceso:	P02 – S02 Contratación del servicio	

Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Realizar contrato del servicio	Atención al cliente realizara el contrato estipulando todo lo referente a la cotización del servicio requerido además de las cláusulas que corresponden al contrato por servicio.	Secretaria
Registrar pago del servicio	Una vez que atención al cliente entregue el contrato la contadora evaluara el tipo de pago que han acordado los involucrados en cancelar el servicio y procederá registra el pago y envía el documento a gerencia.	Contadora
Revisar contrato como prestador del servicio	Realizado el contrato el gerente revisa, aprueba y firma conjuntamente con el cliente y entrega copia del contrato.	Gerente

Entregar copia del contrato	Atención al cliente procederá a entregar la copia del contrato al cliente	Atención al cliente
-----------------------------	---	---------------------

Elaborado por: La Autora

Tabla 32

Matriz aclaratoria del subproceso P03-S03 Planificación de mano de obra

Proceso:	P03 – Planificación de obra	
Subproceso:	P03 – S03 Planificación de mano de obra	
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Receptar plan de contratación	La secretaria realizara un plan de contratación de acuerdo con la programación y el presupuesto.	Secretaria
Comunicar solicitud de contratación de mano de obra	Según el accionar de la obra en concordancia con la planificación, se solicitará el recurso requerido.	Secretaria
Sociabilizar necesidades del servicio	Se reciben las necesidades técnicas del servicio y se revisan y definen las condiciones y políticas de este.	Secretaria
Aceptar personal adicional	De acuerdo a los requerimientos de contrato se evalúa si se necesita personal adicional o se traslada el personal obrero de la empresa.	Secretaria
Estudiar y seleccionar a los obreros	Al necesitar de personal adicional se evalúan las ofertas comerciales y se selecciona el obrero final, según precio, experiencia, capacidad económica y condiciones de pago.	Inspector de obras

Aceptar condiciones de pago	La secretaria aceptará a los ofertantes aprobados que decidirán si aceptan las condiciones del contrato. En caso de ser negativa la respuesta se considera a otro obrero.	Inspector de obras
Legalizar acuerdo del servicio	En caso de ser positiva la respuesta del obrero del servicio se elaborarán los documentos de contratación y se verificarán los requerimientos legales del obrero.	Contador
Registrar en la base de datos	Se ingresará en la base de datos a los contratados y posterior a la culminación del trabajo se registrará con las observaciones del inspector de obras.	TIC`s
Trasladar trabajadores a la obra.	El inspector de obras trasladará a la mano de obra al sitio donde se realizará la obra.	Inspector de obras

Elaborado por: La Autora

Tabla 33

Matriz aclaratoria del subproceso P04-S01 Ejecución del servicio

Proceso:	P04 – Prestación del Servicio	
Subproceso:	P04 – S01 Ejecución del servicio	
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Registrar datos y solicitud del cliente	Secretaría con lo establecido en el contrato creará una base de datos, solicitando información personal del domicilio del cliente.	Secretaria

Comunicar contrato del nuevo servicio	El gerente informará al inspector de obras sobre el plan del nuevo contrato y de la contratación de mano de obra, adquisición de equipos y materiales de construcción.	Gerente
Trasladar material y equipo y delega responsables.	El inspector de acuerdo al plan de contratación preparará el material y equipo para el trabajo retirando lo necesario de bodega e informara lo que tienen que realizar los obreros como sus responsabilidades en la ejecución del mismo y se trasladaran al lugar de trabajo.	Inspector de obra
Iniciar ejecución del servicio	La ejecución de la obra tardara el tiempo determinado en el contrato.	Obrero
Culminar ejecución del trabajo	Trascurrido el tiempo, culminara la obra por parte de los obreros.	Obrero
Inspeccionar el trabajo	El inspector de obras verifica la obra terminada y da a conocer al cliente y gerente por correo electrónico un informe del servicio dado.	Inspector de obra
Aprobar trabajo	El inspector de obra hará verificar la obra terminada al cliente y notificará si existe correcciones en el trabajo.	Inspector de obra
Delegar quien hace las correcciones	En caso de existir correcciones el inspector de la obra delegara al obrero que se encargara de hacer las respectivas correcciones.	Inspector de obra

Realizar las correcciones	los obreros realizarán las correcciones necesarias en el inmueble del cliente.	Obrero
Entregar trabajo listo	En caso de no existir correcciones se procede a entregar el trabajo liso y con el permiso del cliente se procederá a tomar una foto del trabajo realizado como evidencia del servicio realizado. .	Inspector de Obra
Contactar al cliente para finiquitar trabajo	El inspector de obra procede con el cliente a finiquitar el contrato.	Inspector de Obra

Elaborado por: La Autora

Tabla 34

Matriz aclaratoria del subproceso P04-S02 Liquidación del servicio

Proceso:	P04 – Prestación del Servicio	
Subproceso:	P04 – S01 Liquidación del servicio	
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Realizar terminación del contrato de servicio	El inspector de obra da a conocer que el cliente da por terminado el contrato y envía la información al vendedor.	Atención al cliente
Registrar liquidación del servicio	Atención al cliente envía el pago del servicio y la contadora procederá a registrar la cancelación del servicio y procederá a enviar el pago a los obreros.	Contador
Revisar si los trabajadores son	Si los obreros no son empleados de la empresa se procederá a terminar el contrato de los trabajadores contratados.	Contador

empleados de la		
empresa		
Generar acta de finiquito	Se procederá a realizar la terminación del contrato por obra cierta según lo estipulado en la acta de finiquito.	Contador
Revisar contrato como proveedor de servicio	El gerente revisará el contrato y dará por terminado el contrato.	Gerente
Entregar copia del contrato terminado	Atención al cliente entregará de manera virtual o presencial el contrato y procederá pagar a los obreros y guardar los equipos de construcción usado en la bodega.	Atención al cliente
Registrar pago final y a proveedores.	La contadora registrara el pago de los obreros involucrados si fuera el caso y da por terminado el servicio.	Contador

Elaborado por: La Autora

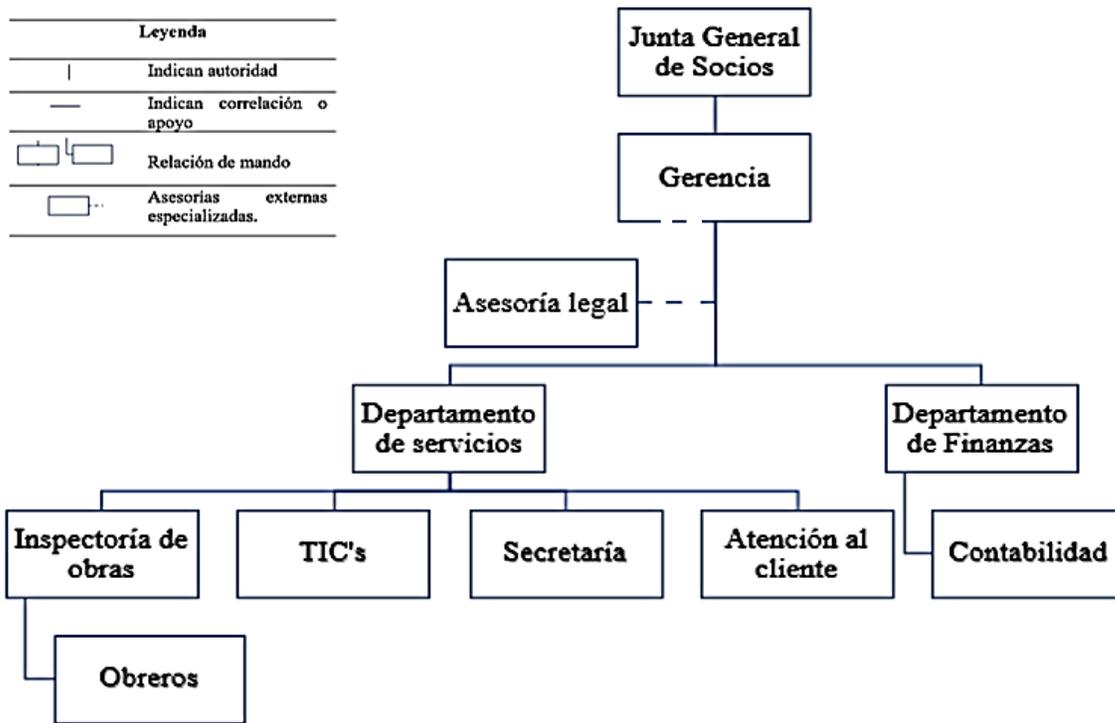
3.5.5.9. Organigrama.

El organigrama se entiende como la representación gráfica de la organización de una organización, en este caso una empresa de servicios. En el negocio se ha identificado poco personal, por lo cual los empleados de la organización van a tener más de un rol según las habilidades que se requieran en la organización. Por lo tanto, se empleará un organigrama estructural, en el cual se establecerá las funciones por departamentos de trabajo con la finalidad de conocer sus unidades administrativas y la relación de dependencia entre ellas; por consiguiente,

con la implementación del modelo de negocios de marketing de afiliación, se establecerán estrategias para expandir el personal de mano de obra y brindar un servicio completo a los clientes.

Figura 43

Organigrama estructural SERVICIOS FIXWASI S.A.S.



Elaborado por: La Autora

3.5.5.10. Manual de funciones.

El Manual de funciones comprende el conjunto de normas o actividades que desarrollará cada empleado en sus funciones diarias. El documento mencionado se elaborará basándose en las necesidades y políticas de la empresa. En la Ley Orgánica del Servicio Público en su título IV menciona:

Art. 52. De las atribuciones y responsabilidades de las Unidades de Administración del Talento Humano, las Unidades de Administración del Talento Humano, ejercerán las siguientes atribuciones y responsabilidades como: elaborar los proyectos de estatuto, normativa interna, manuales e indicadores de gestión del talento humano; y, elaborar y aplicar los manuales de descripción, valoración y clasificación de puestos institucionales, con enfoque en la gestión competencias laborales (LEY ORGÁNICA DEL SERVICIO PÚBLICO - LOSEP, 2022).

El propósito del manual es normar las políticas de la empresa en cuanto a la organización administrativa, en el cual describirá el perfil académico, ético y moral del profesional que ocupará un cargo determinado. La empresa FIXWASI S.A.S detallará a continuación cada una de las funciones y responsabilidades a desempeñar cada integrante de la empresa:

Tabla 35
Manual de funciones para el gerente

	FIXWASI S.A.S “Servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles” Manual de funciones	Versión: 01 Fecha de vigencia: 20 de enero de 2022
Nombre del Cargo: Gerente	Dependencia: Gerencia	
Jefe inmediato superior: Junta General de socios	Número de personas a cargo: 8 Inspector de obras, Contador, TIC`s, Secretaria, Vendedor, TIC`s, Obreros (Albañil, Plomero, Pintor, Electricista, Jardinero).	
Objetivo: Representar legalmente a la empresa dirigiendo y estableciendo directrices empresariales que estén a la vanguardia con los aspectos legales, tributarios y financieros.		
Funciones esenciales: <ul style="list-style-type: none"> • Planificar, supervisar y coordinar las actividades y obras mediante el manejo adecuado de los recursos financieros y operativos. 	Perfil del cargo: <ul style="list-style-type: none"> • Título en tercer nivel en administración de empresas o carreras afines. • 2 años de experiencia. 	

- Cumplir íntegramente y legalmente con las disposiciones dadas por la Junta de Socios.
- Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal de servicios e implementar estrategias comerciales.
- Conocimientos en los procesos de construcción y mantenimiento de inmuebles
- Conocimiento en herramientas informáticas.
- Habilidades sociales y liderazgo.

Elaborado por: La Autora

Tabla 36

Manual de funciones para el contador

	FIXWASI S.A.S “Servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles” Manual de funciones	Versión: 01 Fecha de vigencia: 20 de enero de 2022
Nombre del Cargo: Contador	Dependencia: Departamento de Finanzas	
Jefe inmediato superior: Gerente	Número de personas a cargo: 0	
Objetivo: Gestionar la contabilidad de la entidad entregando responsablemente informes financieros íntegros para conocer a situación actual de la empresa, permitiendo cumplir con las responsabilidades tributaria y financieras legales		
Funciones esenciales: <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir las disposiciones legales de las instituciones que regulan a la empresa. • Elaborar políticas contables. • Entregar las declaraciones y pago de impuestos tributarios. • Presentar los estados financieros oportunamente. • Elaborar los roles de pagos del personal. 	Perfil del cargo: <ul style="list-style-type: none"> • Título en tercer nivel en Contabilidad y Auditoría o carreras afines. • Un año de experiencia laboral. 	

- Documentar y elaborar comprobantes de pago.

Elaborado por: La Autora

Tabla 37

Manual de funciones para el inspector de obras

	FIXWASI S.A.S “Servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles” Manual de funciones	Versión: 01 Fecha de vigencia: 20 de enero de 2022
Nombre del Cargo: Inspector de Obras	Dependencia: Departamento de servicios	
Jefe inmediato superior: Gerente	Número de personas a cargo: 5 Obreros (Albañil, Plomero, Electricista, Pintor, Jardinero)	
Objetivo: Coordinar supervisando las obras realizadas por los obreros, asegurando que éstas cumplan con las normas y especificaciones técnicas definidas en los contratos.		
Funciones esenciales: <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la cotización del costo de la obra. • Ayudar al desplazamiento de mano de obra. • Realizar negociaciones con los clientes en el establecimiento del presupuesto de la obra. • Supervisar la ejecución de las obras de construcción y mantenimiento con el fin de verificar el cumplimiento de planos, diseños, y especificaciones. • Anotar diariamente todas las actividades realizadas por los contratistas en un informe, confeccionar reportes mensuales de avance • Realizar cálculos de volúmenes de los materiales utilizados en las obras, con el fin de realizar los trámites de facturación correspondientes. • Instruir al personal bajo su cargo en el empleo de métodos y procedimientos para la ejecución de sus labores. 	Perfil del cargo: <ul style="list-style-type: none"> • Título de inspector de obra o carreras afines. • Experiencia de 2 años. • Conocimientos en área de albañilería, electricidad, plomería, pintura y jardinería. • Conocimiento en herramientas informáticas y habilidades de comunicación. • Manejo de personal, habilidades sociales, manejo de herramientas de planificación. 	

- Mantener siempre el orden en la bodega.

Elaborado por: La Autora

Tabla 38

Manual de funciones para la secretaria

	FIXWASI S.A.S “Servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles” Manual de funciones	Versión: 01 Fecha de vigencia: 20 de enero de 2022
Nombre del Cargo: Secretaria	Dependencia: Departamento de servicios	
Jefe inmediato superior: Gerente	Número de personas a cargo: 0	
Objetivo: Brindar soporte técnico-administrativo en la ejecución de las actividades de servicios.		
Funciones esenciales: <ul style="list-style-type: none"> • Mantener una buena comunicación con el área de administrativa. • Receptar y entregar los documentos. • Organizar y mantener actualizado el archivo • Prevenir oportunamente la falta de algún material sea esta de oficina o dentro de la bodega. • Asistir en las actividades administrativas durante el proceso de prestación del servicio. 	Perfil del cargo: <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de 2 años en actividades comerciales. • Conocimiento en herramientas informáticas, estrategia en ventas, procesos de construcción de viviendas. • Responsabilidad y discreción en los manejos administrativos de la empresa. • Relaciones públicas, manejo de herramientas de planificación. 	

Elaborado por: La Autora

Tabla 39

Manual de funciones para el personal de atención al cliente

	FIXWASI S.A.S	Versión: 01
	“Servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles”	Fecha de vigencia: 20 de enero de 2022
Manual de funciones		
Nombre del Cargo: Atención al cliente	Dependencia: Departamento de servicios	
Jefe inmediato superior: Gerente	Número de personas a cargo: 0	
Objetivo: Respetar, registrar y atender las solicitudes de servicio de los clientes ofreciendo los catálogos de servicios comunicando la información al área administrativa.		
Funciones esenciales: <ul style="list-style-type: none">• Ofrecer adecuadamente los servicios al cliente.• Mantener una buena comunicación con el área de administrativa.• Receptar y entregar los documentos.• Organizar y mantener actualizado el archivo• Prevenir oportunamente la falta de algún material sea esta de oficina o dentro de la bodega.• Asistir en las actividades administrativas durante el proceso de prestación del servicio.	Perfil del cargo: <ul style="list-style-type: none">• 2 años de experiencia en actividades comerciales.• Conocimiento en herramientas informáticas, estrategia en ventas, procesos de construcción de viviendas.• Responsabilidad y discreción de los manejos administrativos de la empresa.• Relaciones públicas, manejo de herramientas de planificación.	

Elaborado por: La Autora

Tabla 40

Manual de funciones del informático

	FIXWASI S.A.S “Servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles”	Versión: 01 Fecha de vigencia: 20 de enero de 2022
Manual de funciones		
Nombre del Cargo: TIC`s	Dependencia: Departamento de servicios	
Jefe inmediato superior: Gerente	Número de personas a cargo: 0	
Objetivo: Gestionar el área de desarrollo de sistemas informáticos del negocio.		
Funciones esenciales: <ul style="list-style-type: none">• Mantener una buena comunicación con el área de administrativa.• Brindar seguridad a la base de datos de la empresa.• Gestionar el área de desarrollo de sistemas informáticos, procurando un uso óptimo y eficiente de los recursos tecnológicos y humanos mediante definición de estándares y metodologías de trabajo apropiadas.• Asegurar el sistema informático involucrado con el marketing de afiliados.	Perfil del cargo: <ul style="list-style-type: none">• Título profesional del en áreas a fines a informática o sistemas de desarrollo web.• Experiencia laboral de al menos 2 años,• Conocimiento en herramientas informáticas, estrategia en ventas, procesos de construcción y mantenimiento de viviendas.• Conocimientos de desarrollo de aplicaciones móviles.	

Elaborado por: La Autora

Tabla 41

Manual de funciones para los obreros

	SERVICIOS FIXWASI S.A.S	Versión: 01
	“Empresa de construcción y mantenimiento de inmuebles”	Fecha de vigencia: 20 de enero de 2022
Manual de funciones		
Nombre del Cargo: Obreros	Dependencia: Departamento de servicios	
Jefe inmediato superior: Inspector de obras	Número de personas a cargo: 0	
Objetivo: Ejecutar los servicios que solicite la empresa de manera con compromiso y responsabilidad, de acuerdo a las normas y especificación del contrato de servicios.		
Funciones esenciales: <ul style="list-style-type: none">• Cumplir con las especificaciones técnicas y administrativas en la ejecución del trabajo.• Realizar los trabajos con responsabilidad de calidad y empleando un alto grado de valores éticos y morales.• Cumplir con los tiempos establecidos por la empresa según lo programado.• Mantener un control y buen estado tanto de los equipos como las herramientas y materiales que utilicen.• Mantener en orden la bodega.• Implantar estrategias comerciales y de servicios.	Perfil del cargo: <ul style="list-style-type: none">• Tener experiencia mínima de 3 años en el ramo de la albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería.• Capacidad para el trabajo en equipo y ética profesional.• Conocimientos en los servicios de construcción y mantenimiento de inmuebles y herramientas informáticas.• Conocimiento en el manejo de material y equipo de trabajo relacionado a su actividad y modelos de construcción en dos ambientes.• Actuar con integridad y compromiso	

Elaborado por: La Autora

3.5.1. Identificación y descripción de los procesos

3.5.2. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

FIXWASI se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), la cual se regirá bajo la ley de compañías. El negocio se dedicará a la prestación de servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

La sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) es una sociedad de capitales cuya naturaleza será mercantil, independientemente de sus actividades operacionales según (Ley de Compañías, 2020). La sociedad estará conformada por dos socios, que solamente se responsabilizan por el monto de sus aportes la cual se inscribirá mediante un contrato en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

3.5.6.1. Tipo de empresa a constituir.

La empresa a constituirse es una sociedad simplificada por acciones donde señala LEGALISSUES (2020) puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables limitadamente por el monto de sus respectivos aportes a excepción que se rechacé la personalidad jurídica, los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en las que incurra la sociedad. Adicionalmente, los requisitos se deben que se debe presentar en el documento contentivo de la sociedad mencionan son:

Nombre de la sociedad por acciones simplificada; lugar y fecha de otorgamiento; mención expresa del acto societario de la compañía cuya aprobación e inscripción se solicita, o del que de acuerdo con la Ley, solamente se haya solicitado su inscripción en el Registro de Sociedades; fecha de la asamblea de accionistas y mención expresa del acto o acto

societarios aprobados y de las cláusulas o artículos del estatuto social que se reforman; declaración bajo juramento del representante legal sobre la veracidad y autenticidad de la información proporcionada y de la documentación de soporte presentada para la aprobación e inscripción del acto societario, o para la inscripción de éste, según corresponda; declaración bajo juramento del representante legal que acredite que los fondos, valores y aportes utilizados para la aprobación e inscripción del acto societario, o para la inscripción de este, según correspondan, provienen de actividades lícitas, o la sociedad pueda, de conformidad con su objeto social, dedicarse a las actividades señaladas (Reglamento de Las Sociedades Por Acciones Simplificadas, 2020).

Adicionalmente a lo anteriormente expuesto se tendrá que cumplir con los requisitos legales para su funcionamiento.

Registro Único de contribuyente RUC

Durante el registro de constitución como una S.A.S el RUC será generado automáticamente, en virtud de la implementación de un proceso de validación instantánea de información entre el SRI y la Superintendencia de Compañías Valores y seguros (SCVS).

Patente municipal

- Recibo del último pago de impuesto predial de la ubicación de la planta.
- Copia del RUC.
- Documentos del representante legal

Permisos de funcionamiento

- Permisos de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

3.5.6.2. Proceso de registro de marca.

La empresa para distinguirse de otros negocios existentes del sector de servicios de construcción en el mercado se deberá registrar la marca de la organización. El proceso para registrar la marca se establecerá según Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2019), la organización mediante una solicitud en línea ingresando a la página del SENADI, seguirá los pasos seleccionados en la página para inscribir a la sociedad, el costo para el proceso de registro de la marca será de 16,00 dólares que se realizara en el banco del pacifico; el portal web revisará y procesará la inscripción de la marca, a través de la plantilla que se genera en el sistema, la cual emitirá un comprobante de pago que tendrá el costo de 208,00 dólares que se realizará la cancelación en el mismo Banco.

Al finalizar todo el proceso el negocio tendrá la exclusividad del uso comercial del nombre y logotipo de la marca en este caso FIXWASI S.A.S.

3.5.6.3. Nombre comercial de la empresa.

El nombre comercial de la empresa de servicios es FIXWASI S.A.S, dedicada a la prestación de servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

3.6. Estudio financiero

En el presente estudio financiero se determinará los ingresos y su proyección, además, se establecerá los egresos, costos de producción, gastos de ventas, gastos operacionales proyectados, gastos financieros, depreciación, estados financieros presupuestados. Adicionalmente, se realizará una evaluación financiera con la utilización de los indicadores financieros que identificarán la viabilidad financiera del proyecto.

3.6.1. Inversiones y capital de trabajo

3.6.1.1. Maquinaria y equipos.

Tabla 42

Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Multímetro digital	4	\$ 20,18	\$ 80,72
Soldadora	4	\$ 89,59	\$ 358,36
Kit de Taladro DEWALT	3	\$ 224,23	\$ 672,69
Compresor de Pintura	3	\$ 66,71	\$ 200,13
Podadora	2	\$ 130,79	\$ 261,58
Total			\$ 1.573,48

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

La maquinaria y equipos de construcción y mantenimiento de inmuebles necesarios para las obras a ejecutarse durante el proceso de prestación del servicio.

Tabla 43

Equipos de oficina

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Teléfono fijo	3	\$ 15,90	\$ 47,70
Cámara fotográfica profesional	1	\$ 649,00	\$ 649,00
Total			\$ 696,70

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Los equipos de oficina necesarios para comunicarse entre el personal de la empresa, clientes, y evidenciar las obras realizadas en los inmuebles.

Tabla 44

Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Escritorios de trabajo	6	\$ 119,99	\$ 719,94
Sillas de oficina ejecutiva	6	\$ 79,00	\$ 474,00
Sillas de espera	9	\$ 28,00	\$ 252,00
Silla de espera tripersonal	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Sillas	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Mesa de centro redonda	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Archivador de 4 gavetas	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Estanterías reforzadas metálicas	2	\$ 62,00	\$ 124,00
Total			\$ 1.869,94

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Los muebles y enseres necesarios para generar un ambiente cómodo y armónico en las áreas de gerencia, contabilidad, informática, dirección de servicios, atención al cliente y bodega de la empresa.

Tabla 45

Vehículos

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Chevrolet LUV 2004 doble cabina blanco	1	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00
Total			\$ 12.400,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

El vehículo es proporcionado por uno de los socios de la organización para realizar las visitas comerciales y brindar un servicio completo en el área donde se ejecutará el trabajo, además de que se encargará de movilización en otras actividades varias relacionadas con la empresa.

Tabla 46

Equipos de computación

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Computadora de escritorio	6	\$ 515,00	\$ 3.090,00
Impresora multifuncional	2	\$ 251,00	\$ 502,00
Total			\$ 3.592,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Los equipos de computación serán necesarios para controlar y manejar la información de la empresa en relación a las actividades operativas y administrativas.

Las herramientas descritas en la tabla, se utilizarán durante el proceso de ejecución de los servicios de albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería en los inmuebles de los clientes.

Tabla 47

Herramientas

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Escuadras	5	\$ 32,98	\$ 164,90

Niveles	4	\$	21,42	\$	85,68
Espátulas	8	\$	1,15	\$	9,20
Rodillos	6	\$	6,75	\$	40,50
Brochas	4	\$	19,57	\$	78,28
Carretillas	5	\$	65,44	\$	327,20
Escaleras	4	\$	124,99	\$	499,96
Flexómetro	5	\$	28,36	\$	141,80
Juego de llaves de tubos	4	\$	178,57	\$	714,28
Llaves de pico ajustable	5	\$	36,24	\$	181,20
Juego de destornilladores	5	\$	30,00	\$	150,00
Juego de alicates	5	\$	43,49	\$	217,45
Puntas	5	\$	3,91	\$	19,55
Martillos	5	\$	9,91	\$	49,55
Palas	1	\$	197,05	\$	197,05
Cortadora de alambre	3	\$	9,67	\$	29,01
Rastrillo	2	\$	3,50	\$	7,00
Tijeras de podar	3	\$	5,00	\$	15,00
Cajas de herramientas	7	\$	61,47	\$	430,29
Andamios	3	\$	115,00	\$	345,00
Total				\$	3.702,90

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Tabla 48

Resumen de la Inversión fija

Detalle	Valor
Maquinaria y equipo	\$ 1.573,48
Equipos de oficina	\$ 696,70
Muebles y enseres	\$ 1.869,94
Vehículos	\$ 12.400,00
Equipos de computación	\$ 3.592,00
Herramientas	\$ 3.702,90
Total	\$ 23.835,02

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

El total de la inversión fija necesaria para la puesta en marcha de las actividades de la empresa asciende a un total de 23.835,02 dólares.

3.6.1.2. Capital de trabajo

- Requerimiento de Talento humano

El personal que se requiere para el normal desenvolvimiento de la empresa de servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles, en las áreas administrativas, atención al cliente y operativas, será el estrictamente necesario para el normal funcionamiento, sin embargo, si existiese trabajos más extensos y se necesitara involucrar de más personal operativo para la realización de la obra, se contratará el personal por medio de la base de datos del talento humano afiliado a la empresa. A continuación, se representa en la siguiente tabla la estimación de los salarios de personal de construcción en base a la información presentada en Contraloría General del Estado (2021):

Tabla 49
Requerimiento de talento humano

Detalle	Cantidad	Valor mensual	Valor total
Gerente	1	\$ 673,98	\$ 4.043,87
Contador	1	\$ 613,74	\$ 3.682,42
Inspector de obras	1	\$ 629,81	\$ 3.778,85
TIC`s	1	\$ 577,59	\$ 3.465,55
Secretaria	1	\$ 547,47	\$ 3.284,83
Atención al cliente	1	\$ 547,47	\$ 3.284,83
Albañil	1	\$ 567,63	\$ 3.405,77
Plomero	1	\$ 567,63	\$ 3.405,77
Electricista	1	\$ 567,63	\$ 3.405,77
Pintor	1	\$ 567,63	\$ 3.405,77
Jardinero	1	\$ 567,63	\$ 3.405,77
Limpieza	1	\$ 291,44	\$ 1.748,66
Total	12	\$ 6.719,64	\$ 40.317,84

Fuente: Contraloría General del Estado 2021.

Elaborado por: La Autora

El capital de trabajo está constituido por los recursos con los que debe contar la empresa de servicios para el inicio de sus actividades y funcionamiento durante la puesta en marcha. El monto total está presupuestado para dos meses, tiempo durante el cual se estima que la inversión se empieza a recuperar y adquiera su independencia operativa.

Tabla 50*Capital de trabajo*

Detalle	Requerimiento mensual	Requerimiento total del capital de trabajo
Servicios Básicos	\$ 85,00	\$ 170,00
Adecuaciones e instalaciones	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
Suministros de oficina	\$ 88,50	\$ 177,00
Sueldos personal administrativo	\$ 3.042,59	\$ 6.085,17
Sueldos personal de atención al cliente	\$ 547,47	\$ 1.094,94
Sueldos personal operativo	\$ 3.129,58	\$ 6.259,16
Arriendo	\$ 180,00	\$ 360,00
Publicidad	\$ 439,50	\$ 879,00
Instalación de aplicación	\$ 50,00	\$ 50,00
Insumos de trabajo	\$ 180,60	\$ 180,60
Combustible	\$ 12,75	\$ 25,50
Mantenimiento	\$ 60,00	\$ 120,00
Gastos de constitución	\$ 890,00	\$ 890,00
Total	\$ 12.205,99	\$ 19.791,38

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

3.6.1.3. Total de inversión.

A continuación, se detallará la inversión total asciende a 43.626,40 dólares del proyecto para la creación de una empresa de servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en el cantón Otavalo.

Tabla 51*Inversión total*

Detalle	Valor
Capital de trabajo	\$ 19.791,38
Inversión fija	\$ 23.835,02
Total inversión inicial	\$ 43.626,40

Elaborado por: La Autora

3.6.1.4. Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital.

Tabla 52

Financiamiento del proyecto

Detalle	Valor	Porcentaje
Capital propio	\$ 23.626,40	54,16%
Gabriela Ballesteros	\$ 11.813,20	27,08%
Geovany Perugachi	\$ 11.813,20	27,08%
Capital financiado	\$ 20.000,00	45,84%
Total Inversión inicial	\$ 43.626,40	100,00%

Elaborado por: La Autora

Para dar inicio a las actividades del proyecto se necesitará una inversión inicial de 43.626,40 dólares, de los cuales 23.626,40 dólares será de origen propio, y el financiado será de 20.000,00 dólares, el cual se obtendrá mediante un crédito en el banco banEcuador a una tasa de crédito anual de 15.30%, mediante la amortización alemán pagaderos en 3 años.

3.6.1.5. Tasa de Rendimiento Medio.

Tabla 53

Tasa de Rendimiento Medio

Fuente	Inversión	Tasa	% de Inversión	TMAR
Propio	\$ 23.626,40	10,00%	54,16%	5,42%
Banco	\$ 20.000,00	15,30%	45,84%	7,01%
Total	\$ 43.626,40			12,43%

Elaborado por: La Autora

Con la finalidad de determinar el costo de oportunidad de la inversión se realizará el cálculo de la tasa de rendimiento medio, en el cual, en el capital propio para los dos socios al aportar 11.813,20 cada uno, esperan una tasa del 10 % de retorno de la inversión por el monto invertido por cada socio en el proyecto, y con una tasa de crédito anual 15.30% se obtendrá una tasa de rendimiento medio de 12,43%.

3.6.2. Estado de situación inicial.

Con la presentación de este estado se determina la posición económica con la que inicia la empresa, donde constara los activos fijos, capital de trabajo, además de que se evidenciara los aportes de los socios inicial y el crédito.

Tabla 54
Estado de situación inicial

FIXWASI S.A.S			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
Al 31 DE ENERO 2022			
(Expresado en dólares estadounidenses)			
ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo largo plazo	
Activo Corriente	19.791,38	Préstamo bancario	20.000,00
Total activo corriente	19.791,38	Total Pasivo	20.000,00
Activo fijo		PATRIMONIO	
Vehículo	12.400,00	Capital suscrito	
Muebles y enseres	1.869,94	Socio Gabriela Ballesteros	11.813,20
Equipo de computo	3.592,00	Socio Geovany Perugachi	11.813,20
Maquinaria y equipo	1.573,48		
Equipo de oficina	696,70		
Herramientas	3.702,90		
Total activo no corriente	23.835,02	Total Patrimonio	23.626,40
TOTAL ACTIVOS	43.626,40	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	43.626,40

Elaborado por: La Autora

Para la elaboración del estado de resultados se identificó los siguientes rubros involucrados para la generación del mismo.

Presupuesto de ventas.

Tabla 55

Presupuesto de ventas

Volumen de Ventas	Año 1 Unidad Servicio	Año 2 Unidad Servicio	Año 3 Unidad Servicio	Año 4 Unidad Servicio	Año 5 Unidad Servicio
Catálogo servicio albañilería (m ²)	1644,91	1906,45	2222,92	2641,50	3138,89
Catálogo servicio plomería (unidad/punto)	177	206	240	285	339
Catálogo servicio electricidad (unidad/punto)	183	212	247	293	348
Catálogo servicio pintura (m ²)	2183,83	2531,06	2951,21	3506,92	4167,28
Catálogo servicio jardinería (m ²)	2229,46	2583,94	3012,88	3580,20	4254,36
Precio de venta	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)
Catálogo servicio albañilería (m ²)	14,32	14,51	14,69	14,88	15,07
Catálogo servicio plomería (unidad/punto)	20,90	21,17	21,44	21,71	21,99
Catálogo servicio electricidad (unidad/punto)	17,60	17,83	18,05	18,28	18,52
Catálogo servicio pintura (m ²)	17,05	17,27	17,49	17,71	17,94
Catálogo servicio jardinería (m ²)	19,07	19,32	19,57	19,82	20,07
Ventas proyectadas	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)
Catálogo servicio albañilería (m ²)	23.558,40	27.653,68	32.656,91	39.302,93	47.301,48
Catálogo servicio plomería (unidad/punto)	3.709,28	4.354,08	5.141,85	6.188,26	7.447,64
Catálogo servicio electricidad (unidad/punto)	3.212,51	3.770,95	4.453,21	5.359,49	6.450,20
Catálogo servicio pintura (m ²)	37.234,25	43.706,88	51.614,54	62.118,62	74.760,40
Catálogo servicio jardinería (m ²)	42.524,71	49.917,00	58.948,22	70.944,79	85.382,78
Total ventas brutas	110.239,15	129.402,59	152.814,73	183.914,10	221.342,50

Elaborado por: La autora

El presupuesto de ventas de la empresa de servicios es calculado en base a lo expuesto y planteado en el estudio de mercado a través de los instrumentos de recolección de datos, además del análisis de la capacidad instalada del estudio técnico. En la proyección del volumen de ventas de los servicios se tomó en cuenta el porcentaje de déficit habitacional cuantitativo de la vivienda que es del 15,90% en 2018, 16,60% en 2019 y 18,83% en 2020, utilizado este último dato para los siguientes años según lo publicado en el Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional (INEC - ENEMDU, 2021). Adicionalmente, en la proyección de los precios de los servicios se utilizó el 1,28% que representa la inflación promedio anual para el año 2022.

Presupuesto de costos operativos

En el cálculo de los costos operativos se utilizan dos porcentajes, el primero es el 6,25% que corresponde a la tasa de crecimiento porcentual del salario básico unificado (SBU) del periodo 2016 – 2022, aplicando a la mano de obra directa e indirecta, Adicionalmente para los costos indirectos de fabricación el 1,28% representa la inflación promedio anual para el año 2022.

Tabla 56
Porcentaje de variación del SBU

Año	SBU	Diferencia	Porcentaje
2016	366		
2017	375	9	2,46%
2018	386	11	2,93%
2019	394	8	2,07%
2020	400	6	1,52%
2021	400	0	0,00%
2022	425	25	6,25%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Con la información obtenida se procede a calcular el total de presupuesto de costos.

Para el cálculo de los costos se procederá a usar 6.25% concepto por tasa de crecimiento porcentual del salario básico unificado para la proyección de los sueldos en los 5 años y la inflación anual que es del 1,28% para la proyección del gasto publicidad y arriendo del local.

Tabla 57

Presupuesto de costos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra MOD					
Sueldo personal obreros	\$ 26.503,80	\$ 27.176,90	\$ 27.867,09	\$ 28.574,81	\$ 29.300,50
Beneficios sociales del personal de atención al cliente	\$ 7.553,86	\$ 11.141,91	\$ 11.424,87	\$ 11.715,02	\$ 12.012,54
Costos Indirectos de fabricación CIF					
Sueldo personal MOI	\$ 2.550,00	\$ 2.614,76	\$ 2.681,17	\$ 2.749,26	\$ 2.819,08
Beneficios sociales del personal de atención al cliente	\$ 947,33	\$ 1.298,14	\$ 1.331,11	\$ 1.364,91	\$ 1.399,58
Insumos de trabajo	\$ 2.167,20	\$ 2.194,94	\$ 2.223,04	\$ 2.251,49	\$ 2.280,31
Total costo de ventas	\$ 39.722,19	\$ 44.426,65	\$ 45.527,27	\$ 46.655,48	\$ 47.812,00

Elaborado por: La Autora

Gasto de ventas

Tabla 58

Gasto de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto publicidad	\$ 439,50	\$ 245,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Sueldo personal atención al cliente	\$ 5.100,00	\$ 5.229,52	\$ 5.362,33	\$ 5.498,51	\$ 5.638,16
Beneficios sociales del personal de atención al cliente	\$ 1.469,65	\$ 2.160,49	\$ 2.215,36	\$ 2.271,62	\$ 2.329,31
Arriendo del local	\$ 180,00	\$ 182,30	\$ 182,30	\$ 182,30	\$ 182,30
Total	\$7.189,15	\$7.817,31	\$8.009,99	\$8.202,44	\$8.399,77

Elaborado por: La autora

Gastos operacionales

Tabla 59

Gastos operacionales

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de constitución	\$ 890,00	\$ 178,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Instalación de aplicación		\$ 50,00	\$ 50,64	\$ 51,29	\$ 51,94	\$ 52,61
Sueldos		\$28.540,08	\$29.264,89	\$30.008,11	\$30.770,20	\$31.551,65
Beneficios sociales de sueldos		\$ 7.970,96	\$11.830,53	\$12.130,98	\$12.439,06	\$12.754,96
Servicios básicos		\$ 1.020,00	\$ 1.033,06	\$ 1.046,28	\$ 1.059,67	\$ 1.073,24
Suministros de oficina		\$ 1.062,00	\$ 1.075,59	\$ 1.089,36	\$ 1.103,31	\$ 1.117,43
Combustibles		\$ 153,00	\$ 154,96	\$ 156,94	\$ 158,95	\$ 160,99
Mantenimiento		\$ 720,00	\$ 729,22	\$ 738,55	\$ 748,00	\$ 757,58
TOTAL	\$ 890,00	\$39.694,04	\$44.138,88	\$45.221,51	\$46.331,13	\$47.468,45

Elaborado por: La Autora

Gastos financieros

El préstamo será calculado a través del método de amortización alemán a una tasa de interés anual del 15.30% por un monto de 20.000,00 dólares para un periodo de 3 años, préstamo necesario para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 60

Resumen gastos financieros

Años	Capital	Interés	Capital + Interés	Saldo
0				\$ 20.000,00
1	\$ 6.666,67	\$ 3.060,00	\$ 9.726,67	\$ 13.333,33
2	\$ 6.666,67	\$ 2.040,00	\$ 8.706,67	\$ 6.666,67
3	\$ 6.666,67	\$ 1.020,00	\$ 7.686,67	\$ -

Elaborado por: La autora

Depreciaciones

Los gastos de depreciación se realizan en base a los porcentajes que determina el reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno en Ecuador, el cual detalla que, el porcentaje que se deprecia para vehículos es del 20%, muebles y enseres; equipos de oficina, maquinaria y equipo es 10%; equipos de computación 33% y para las herramientas se estimó una depreciación del 33%, en el cual el rubro de herramientas tendrá una reinversión en el año 4 por el mismo monto.

Tabla 61

Depreciaciones

Activos fijos depreciables	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	\$ 12.400,00	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00
Muebles y enseres	\$ 1.869,94	\$ 108,50	\$ 108,50	\$ 108,50	\$ 108,50	\$ 108,50
Equipo de computación	\$ 3.592,00	\$ 635,67	\$ 635,67	\$ 635,67	\$ -	\$ -
Equipo de oficina	\$ 696,70	\$ 53,67	\$ 53,67	\$ 53,67	\$ 53,67	\$ 53,67
Maquinaria y equipo	\$ 1.573,48	\$ 102,05	\$ 102,05	\$ 102,05	\$ 102,05	\$ 102,05
Herramientas	\$ 3.702,90	\$ 820,87	\$ 820,87	\$ 820,87	\$ 820,87	\$ 820,87
Total	\$ 23.835,02	\$ 3.170,75	\$ 3.170,75	\$ 3.170,75	\$ 2.535,08	\$ 2.535,08

Elaborado por: La Autora

3.6.3. Estado de Resultados

En el estado de resultados se evidencia los ingresos con los que cuenta en los 5 años proyectados, además de los costos de mano de obra directa e indirecta y los costos indirectos de fabricación. Adicionalmente también se determina los gastos de ventas, financieros, operativos y

de depreciación que incurren en el proyecto, con lo cual se visualizara si la empresa tiene a un plazo determinado rentabilidad o pérdida económica.

Tabla 62

Estado de resultados

FIXWASI S.A.S					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DEL AÑO 2022 AL AÑO 2026					
(Expresado en dólares estadounidenses)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	110.239,15	129.402,59	152.814,73	183.914,10	221.342,50
(-) Costo de ventas	39.722,19	44.426,65	45.527,27	46.655,48	47.812,00
Utilidad bruta	70.516,96	84.975,95	107.287,47	137.258,61	173.530,50
(-) Gasto de ventas	7.189,15	7.817,31	8.009,99	8.202,44	8.399,77
(-) Gasto de operaciones	39.694,04	44.138,88	45.221,51	46.331,13	47.468,45
(-) Gastos financieros	3.060,00	2.040,00	1.020,00	-	-
(-) Gasto depreciación	3.170,75	3.170,75	3.170,75	2.535,08	2.535,08
Utilidad Operacional	17.403,03	27.809,01	49.865,22	80.189,96	115.127,20
15% Participación Trabajadores	2.610,45	4.171,35	7.479,78	12.028,49	17.269,08
Gasto no deducible	712,00	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos	15.504,57	23.637,66	42.385,44	68.161,47	97.858,12
25% Impuesto a la renta	3.876,14	5.909,41	10.596,36	17.040,37	24.464,53
Utilidad Neta	10.916,43	17.728,24	31.789,08	51.121,10	73.393,59

Elaborado por: La Autora

3.6.4. Estado de flujo de efectivo

Tabla 63

Estado Flujo de Efectivo

FIXWASI S.A.S						
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO						
DEL AÑO 2022 AL AÑO 2026						
(Expresado en dólares estadounidenses)						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta		10.916,43	17.728,24	31.789,08	51.121,10	73.393,59
Depreciación		3.170,75	3.170,75	3.170,75	2.535,08	2.535,08
Valor de rescate						12.955,52
Capital de trabajo						19.791,38
Pago del capital		6.666,67	6.666,67	6.666,67		
Flujo de efectivo proyectado	-43.626,40	7.420,51	14.232,32	28.293,16	53.656,18	108.675,57

Elaborado por: La Autora

Se realizará la evaluación financiera del proyecto mediante la utilización de los indicadores financieros, en el cual se determinará si es rentable en el mercado. A continuación, se calculará la tasa de descuento del proyecto:

Tabla 64

Tasa de descuento

Detalle	Valor
Inflación anual	1,28%
Tasa pasiva bancaria	15,30%
Aspiración del inversionista	10,00%
Tasa libre de riesgo	1,00%
Total	27,58%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.6.5. Cálculo del valor actual neto

El VAN es un indicador financiero que representa o cuantifica los beneficios reales que tendrá la inversión. La fórmula utilizarse será la siguiente:

$$VAN = -II + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

Donde:

II = Inversión inicial (valor negativo por perdida inicial año 0)

FNE= Flujos de caja proyectado de los años 1 a 5.

i = 27.58% (tasa de descuento)

n= periodo de tiempo

Tabla 65

Valor Actual Neto

Año	Inversión inicial	Entradas de efectivo	Factor de descuento 27,58%	Entradas actuales
0	\$ -43.626,40			\$ -43.626,40
1		\$ 7.420,51	1,28	\$ 5.816,36
2		\$ 14.232,32	1,63	\$ 8.744,01
3		\$ 28.293,16	2,08	\$ 13.624,91
4		\$ 53.656,18	2,65	\$ 20.253,00
5		\$ 108.675,57	3,38	\$ 32.152,81
		VAN		\$ 36.964,69

Elaborado por: La Autora

En base a los resultados obtenidos se evidencia que el proyecto es viable al arrojar una rentabilidad en términos monetarios a tiempo presente de 36.964,69 dólares.

3.6.6. Cálculo de la tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno permite medir en porcentaje la rentabilidad que tiene el proyecto, la cual deberá ser mayor a la tasa de rendimiento mínima real para que la inversión sea aceptable.

Tabla 66*Tasa Interna de Retorno*

Año	Entradas en efectivo	Factor de descuento 27,58%	Entradas Actualizadas	Factor 53,46%	Entradas actualizadas
0	\$ -43.626,40	0,00	\$ -43.626,40		\$ -43.626,40
1	\$ 7.420,51	1,28	\$ 5.816,36	1,51	\$ 4.917,18
2	\$ 14.232,32	1,63	\$ 8.744,01	2,28	\$ 6.249,42
3	\$ 28.293,16	2,08	\$ 13.624,91	3,44	\$ 8.232,42
4	\$ 53.656,18	2,65	\$ 20.253,00	5,19	\$ 10.345,41
5	\$ 108.675,57	3,38	\$ 32.152,81	7,83	\$ 13.884,87
	VAN		\$ 36.964,69		\$ 2,89

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo de la TIR se emplea la siguiente formula:

En donde:

Ti= Tasa inferior

Ts= Tasa superior

VANTi= Valor actual neto con tasa inferior

VANTs= Valor actual neto con tasa superior

$$TIR = Ti + (ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

$$TIR = 27,58 + (50,91 - 27,58) \frac{41.542,13}{41.542,13 - (-2,89)}$$

$$TIR = 50,91\%$$

Los resultados demuestran que el proyecto es rentable al ser la TIR mayor a la tasa de rendimiento mínima.

3.6.7. Período de recuperación

Para conocer el valor de periodo de recuperación del proyecto se emplea los siguientes datos:

Tabla 67*Periodo de recuperación*

Año	Capital	Flujo neto deflactado	Recup. Capital	Tiempo de recuperación
1	\$ 43.626,40	\$ 5.816,36	\$ 5.816,36	1 Año
2		\$ 8.744,01	\$ 14.560,37	2 Años
3		\$ 13.624,91	\$ 28.185,28	3 Años
4		\$ 20.253,00		6 Meses
5		\$ 32.152,81		

Elaborado por: La Autora

$$\sum FNA = FNA1 + FNA2 + FNA3 + FNA4$$

$$EFNA = 5.816,36 + 14.560,37 + 28.185,28$$

EFNA = 28.185,28 Se encuentra en el 3 periodo de recuperación.

$$\text{No. meses} = \text{II} - EFNA$$

$$\text{No. meses} = 43.626,40 - 28.185,28$$

$$\text{No. meses} = 15.441,12$$

$$15.441,12 \div 12$$

$$28.185,28 \div \text{No. meses}$$

$$\text{No. meses} = 6,57 = 6 \text{ meses}$$

De los datos obtenidos se establece que el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial del proyecto es de tres años y un mes.

3.6.8. Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio se inició clasificando los costos:

Tabla 68*Determinación de costos*

Detalle	Costos fijos	Costos variables	Costo total
Costos de producción		\$ 39.722,19	
Gastos de ventas	\$ 7.189,15		
Gastos operacionales	\$ 39.694,04		
Gastos financieros	\$ 3.060,00		
Gastos de depreciación	\$ 3.170,75		
Total	\$ 53.113,94	\$ 39.722,19	\$ 92.836,12

Elaborado por: La Autora

Para obtener el punto de equilibrio se aplicó las siguiente formulas:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE. \text{Unidades} = \frac{\text{Punto de equilibrio \$}}{PVu}$$

Las formulas anteriormente expuestas se emplearán en la siguiente tabla:

Tabla 69*Determinación del punto de equilibrio*

Detalle	Valor	Porcentaje	Costos fijos \$	Costo variable \$	Costo total \$	PE \$	PEQ
Catálogo servicio albañilería (m²)							
Ingresos por ventas \$	23.558,40	21,37%	11.350,59	8.488,74	19.839,33	17.744,37	1238,96 m ²
Cantidad (m ²)	1644,91						
Precio (\$)	14,32						
Catálogo servicio plomería (unidad/punto)							
Ingresos por ventas \$	3.709,28	3,36%	1.787,16	1.336,56	3.123,71	2.793,86	134
Cantidad (Unidad /Punto)	177						
Precio (\$)	20,90						
Catálogo servicio electricidad (unidad/punto)							
Ingresos por ventas \$	3.212,51	2,91%	1.547,81	1.157,55	2.705,36	2.419,69	137
Cantidad (unidad o punto)	183						
Precio (\$)	17,60						
Catálogo servicio pintura (m²)							
Ingresos por ventas \$	37.234,25	33,78%	17.939,70	13.416,52	31.356,23	28.045,14	1644,88 m ²
Cantidad (m ²)	2183,83						
Precio (\$)	17,05						
Catálogo servicio jardinería (m²)							
Ingresos por ventas \$	42.524,71	38,57%	20.488,68	15.322,82	35.811,50	32.029,95	1679,25 m ²
Cantidad (m ²)	2229,46						
Precio (\$)	19,07						
Total ingresos	\$ 110.239,15	100,00%	53.113,94	39.722,19	92.836,12		

Elaborador por: La Autora

En los resultados obtenidos se evidencia que debería alcanzar por lo menos en el catálogo servicios de albañilería el monto 17.744,37 dólares en ventas o ingresos y la cantidad del punto de equilibrio de 1238,96m²; en catálogo servicios de plomería el monto de 3.123,71 dólares en ventas o ingresos y la cantidad del punto de equilibrio es de 134 unidades; en catálogo servicios de electricidad el monto de 2.705,36 dólares en ventas o ingresos y la cantidad del punto de equilibrio es de 137 unidades; en catálogo servicios de pintura el monto de 28.045,14 dólares en ventas o ingresos y la cantidad del punto de equilibrio es de 1644,88 m², y finalmente en catálogo servicios de jardinería el monto de 32.029,95 dólares en ventas o ingresos y la cantidad del punto de equilibrio es de 1679,25m² para recuperar la inversión total del proyecto y no caiga en un déficit económico.

3.6.9. Análisis Costo / Beneficio

Para el cálculo de este indicador se emplea los siguientes datos:

Tabla 70

Costo beneficio

Año	FNE	Factor de descuento 27,58%	FNEA
1	\$ 7.420,51	1,2758	\$ 5.816,36
2	\$ 14.232,32	1,6277	\$ 8.744,01
3	\$ 28.293,16	2,0766	\$ 13.624,91
4	\$ 53.656,18	2,6493	\$ 20.253,00
5	\$ 108.675,57	3,3800	\$ 32.152,81
Total			\$ 80.591,09
BC			1,85

Elaborado por: La Autora

$$C/B = \frac{EFEActualizados}{Inversión}$$

$$C/B = \frac{85.591,09}{43.626,40}$$

$$C/B = 1,85$$

Esta ratio financiera permite determinar que por cada dólar invertido se generará 0,85 centavos de dólar.

3.6.10. Análisis de sensibilidad

Para realizar el análisis de sensibilidad del proyecto se considera aplicar dos escenarios posibles, primero corresponde al supuesto en una disminución del 4% a las ventas del total del catálogo de servicios y el segundo caso en que las ventas se reducen un 18%, este análisis permite determinar hasta qué punto el proyecto es aceptable.

- Primer escenario- Ventas en un 4% menos.

Tabla 71

Estado de resultados con el 4% menos en ventas

FIXWASI S.A.S					
ESTADO DE RESULTADOS					
DEL AÑO 1 AL AÑO 5					
(Expresado en dólares estadounidenses)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de ventas	110.239,15	129.402,59	152.814,73	183.914,10	221.342,50
Disminución del 4%	4.409,57	5.176,10	6.112,59	7.356,56	8.853,70
Ventas	105.829,58	124.226,49	146.702,14	176.557,53	212.488,80
(-) Costo de ventas	39.722,19	44.426,65	45.527,27	46.655,48	47.812,00
Utilidad bruta	66.107,40	79.799,84	101.174,88	129.902,05	164.676,80
(-) Gasto de ventas	7.189,15	7.817,31	8.009,99	8.202,44	8.399,77
(-) Gasto de operaciones	39.694,04	44.138,88	45.221,51	46.331,13	47.468,45
(-) Gastos financieros	3.060,00	2.040,00	1.020,00	-	-
(-) Gasto depreciación	3.170,75	3.170,75	3.170,75	2.535,08	2.535,08
Utilidad Operacional	12.993,46	22.632,90	43.752,63	72.833,40	106.273,50
15% Participación Trabajadores	1.949,02	3.394,94	6.562,89	10.925,01	15.941,03
Gasto no deducible	712,00	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos	10.332,44	19.237,97	37.189,74	61.908,39	90.332,48
25% Impuesto a la renta	2.583,11	4.809,49	9.297,43	15.477,10	22.583,12

Utilidad Neta	8.461,33	14.428,48	27.892,30	46.431,29	67.749,36
----------------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Elaborado por: La Autora.

Se evidencia que a pesar de que las ventas disminuyen, aun se puede percibir ganancias en el proyecto.

Tabla 72

Flujo de efectivo proyectado con el 4% menos en ventas

FIXWASI S.A.S						
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
DEL AÑO 2022 AL AÑO 2026						
(Expresado en dólares estadounidenses)						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta		8.461,33	14.428,48	27.892,30	46.431,29	67.749,36
Depreciación		3.170,75	3.170,75	3.170,75	2.535,08	2.535,08
Valor de rescate						12.955,52
Capital de trabajo						19.791,38
Pago del capital		6.666,67	6.666,67	6.666,67	-	-
Flujo de efectivo proyectado	43.626,40	4.965,41	10.932,56	24.396,38	48.966,37	103.031,34

Elaborado por: La Autora

Tabla 73

Análisis VAN y TIR

Años	Entradas netas actualizadas	
0	\$	-43.626,40
1	\$	3.892,00
2	\$	6.716,71
3	\$	11.748,37
4	\$	18.482,79
5	\$	30.482,91
Análisis		
TRM		24,58%
VAN	\$	27.696,37

TIR	45,14%
-----	--------

Elaborado por: La Autora

Como se puede apreciar al reducir las ventas en un 4% el proyecto sigue siendo aceptable y rentable, porque aún en esta condición el VAN sigue siendo positivo con una tasa interna de retorno del 45,14%, siendo de esta manera mayor a la tasa de rendimiento mínimo.

- Segundo escenario- Ventas en un 18% menos

Tabla 74

Estado de resultados con el 18% menos en ventas.

FIXWASI S.A.S					
ESTADO DE RESULTADOS					
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022					
(Expresado en dólares estadounidenses)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de ventas	110.239,15	129.402,59	152.814,73	183.914,10	221.342,50
Disminución del 18%	19.843,05	23.292,47	27.506,65	33.104,54	39.841,65
Ventas	90.396,10	106.110,13	125.308,08	150.809,56	181.500,85
(-) Costo de ventas	39.722,19	44.426,65	45.527,27	46.655,48	47.812,00
Utilidad bruta	50.673,92	61.683,48	79.780,81	104.154,07	133.688,85
(-) Gasto de ventas	7.189,15	7.817,31	8.009,99	8.202,44	8.399,77
(-) Gasto de operaciones	39.694,04	44.138,88	45.221,51	46.331,13	47.468,45
(-) Gastos financieros	3.060,00	2.040,00	1.020,00	-	-
(-) Gasto depreciación	3.170,75	3.170,75	3.170,75	2.535,08	2.535,08
Utilidad Operacional	-2.440,02	4.516,54	22.358,57	47.085,42	75.285,55
15% Participación Trabajadores	-366,00	677,48	3.353,79	7.062,81	11.292,83
Gasto no deducible	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos	-2.074,02	3.839,06	19.004,78	40.022,61	63.992,72
25% Impuesto a la renta	-518,50	959,76	4.751,20	10.005,65	15.998,18
Utilidad Neta	-1.555,51	2.879,29	14.253,59	30.016,96	47.994,54

Elaborado por: La Autora

Con el 18% de disminución en las ventas aún sigue generando ganancias; sin embargo, esto lo hace a partir del año 2 por lo que se considera que el proyecto medianamente factible.

Tabla 75*Flujo de efectivo del proyecto con un 18% menos en ventas*

FIXWASI S.A.S						
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
DEL AÑO 2022 AL AÑO 2026						
(Expresado en dólares estadounidenses)						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta		-				
		1.555,51	2.879,29	14.253,59	30.016,96	47.994,54
Depreciación		3.170,75	3.170,75	3.170,75	2.535,08	2.535,08
Valor de rescate						12.955,52
Capital de trabajo						19.791,38
Pago del capital		6.666,67	6.666,67	6.666,67	-	-
Flujo de efectivo proyectado	-	-	-			
	43.626,40	5.051,43	616,63	10.757,67	32.552,04	83.276,52

*Elaborado por: La Autora.***Tabla 76***Análisis VAN y TIR*

Años	Entradas netas actualizadas
0	\$ -43.626,40
1	\$ -3.959,42
2	\$ -378,84
3	\$ 5.180,48
4	\$ 12.287,05
5	\$ 24.638,23
Análisis	
TRM	27,58%
VAN	\$ -5.858,89
TIR	23,83%

Elaborado por: La Autora

Sin embargo, a pesar de presentar utilidades el proyecto en el estado de resultados, los rubros no son lo suficientes para que sea viable el proyecto, debido a que presenta un valor actual neto negativo y una tasa interna de retorno menor a la tasa de rendimiento medio.

CAPÍTULO IV

4. Validación

4.1. Introducción

En el presente estudio se procede a validar la propuesta expuesta por el autor del trabajo de grado. El proceso de validación faculta a profesionales docentes a realizar una revisión y comprobación de la información de los métodos y procedimientos realizados en el proyecto, donde las personas encargadas mediante el análisis de la información brindan una seguridad razonable de la información presentada.

4.2. Descripción del estudio

Para validar la información expuesta en el plan de trabajo de grado se emplea la matriz de evaluación la cual, examina y califica el contenido de cada capítulo a través de una calificación valorando la propuesta expuesta. Adicionalmente, el estudio comprueba si el proyecto a presentarse es favorable o no favorable con respecto a los elementos enunciados en cada capítulo.

4.3. Objetivo

Validar los resultados de un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

4.4. Equipo de trabajo

El equipo de trabajo está compuesto por todas las personas involucradas en la contribución de la realización del presente proyecto. A continuación, en la siguiente tabla se detalla las personas involucradas:

Tabla 77*Equipo de trabajo*

Autor	Ballesteros Gómez Gabriela Odalis
Directora del trabajo de grado	MSc. Sandra Guevara
Docentes experto en el tema	MSc. Rocio León
	MSc. Julio Andrade

Elaborado por: La Autora

4.5. Método de verificación

El método de revisión se lo realizara mediante una matriz de verificación, la cual verificara los aspectos tratados en cada sección del documento durante la implementación de la propuesta. Los resultados determinaran el grado de factibilidad que tiene la propuesta del negocio.

Tabla 78*Matriz de verificación*

Nº	Variable	Indicadores	¿Se verificó?	
			Si	No
1	DIAGNÓSTICO	¿La determinación y justificación del problema sustenta razonablemente a la idea del negocio?	X	
		¿Están adecuadamente identificados las variables de diagnóstico que influyen para la puesta en marcha del negocio?	X	
		¿Las matrices FODA/AOOR están relacionadas con la implantación del proyecto aportando información a la idea del negocio?	X	
		¿El análisis PORTER diagnosticó adecuadamente la situación competitiva del mercado para la puesta en marcha del negocio?	X	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿El muestreo probabilístico seleccionado permitió establecer correctamente la muestra de estudio para sustentar el proyecto?	X	
		¿Las técnicas e instrumentos de recolección utilizadas en el estudio ayudaron a obtener	X	

		información adecuada para la puesta en marcha del negocio?		
3	MODELO NEGOCIO DE	¿El lienzo CANVAS define adecuadamente los aspectos involucrados de la propuesta del negocio?	X	
		¿El modelo de negocio escogido cumple estratégicamente con los requerimientos actuales del mercado?	X	
4	ESTUDIO MERCADO DE	¿Los aspectos planteados para la determinación de la demanda y oferta permitieron definir razonablemente la demanda insatisfecha?	X	
		¿Las estrategias de comercialización están alineadas con el mercado meta?	X	
5	ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO	¿Se utilizaron técnicas adecuadas para la determinación de la macro y micro localización de la empresa de servicios?	X	
		¿Se expresa de forma clara la misión, visión, valores y políticas de la idea del negocio?	X	
		¿Los flujogramas describen adecuadamente las actividades involucradas para la prestación de los servicios?	X	
		¿El organigrama estructural determina correctamente los cargos del personal de la empresa?	X	
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Se expresa resultados previos razonables en la presentación de los estados financieros?	X	
		¿El cálculo de los ingresos, costo, gastos proyectados son razonablemente confiables para la puesta en de la empresa de servicios?	X	
		¿Los indicadores financieros expresan de forma clara la factibilidad económica del negocio?	X	

Elaborado por: La Autora

4.6. Método de calificación

Se estableció que los indicadores se ponderen proporcionalmente de manera sumen 100%.

Los docentes encargados de la revisión valoraran cada uno con puntajes del 1 al 10. Los resultados se interpretarán multiplicado el porcentaje con la calificación dada por los docentes.

4.7. Rango de interpretación

Para una comprensión de manera más clara de la aplicación del rango de interpretación se sumarán los resultados de los porcentajes finales de los docentes y se dividirá para los 3, luego el resultado se interpretará según lo establecido por los siguientes rangos:

De 68% a 100% = Muy aplicable

De 35% a 67% = Aplicable

De 0% a 34% = Poco Aplicable

$$V = \frac{\text{Calificación obtenida}}{\text{Calificación total}} \times 100$$

4.8. Resultados

Para obtener los resultados de este capítulo se ha considerado la elaboración de una matriz de validación para el diagnóstico, fundamentación teórica, modelo de negocio, estudio de mercado, estudio técnico-administrativo y estudio financiero, en donde se identifica los siguientes indicadores.

Tabla 79

Matriz de validación tutor

Nº	Variable	Indicadores	MSc. Sandra Guevara			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La determinación y justificación del problema sustenta razonablemente a la idea del negocio?	5,88%	10	5,88%	
		¿Están adecuadamente identificados las variables de diagnóstico que influyen para la puesta en marcha del negocio?	5,88%	10	5,88%	
		¿Las matrices FODA/AOOR están relacionadas con la implantación del proyecto aportando información a la idea del negocio?	5,88%	9	5,29%	
		¿El análisis PORTER diagnosticó adecuadamente la situación competitiva del mercado para la puesta en marcha del negocio?	5,88%	9	5,29%	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿El muestreo probabilístico seleccionado permitió establecer correctamente la muestra de estudio para sustentar el proyecto?	5,88%	10	5,88%	
		¿Las técnicas e instrumentos de recolección utilizadas en el estudio ayudaron a obtener información adecuada para la puesta en marcha del negocio?	5,88%	10	5,88%	
3	MODELO DE NEGOCIO	¿El lienzo CANVAS define adecuadamente los aspectos involucrados de la propuesta del negocio?	5,88%	10	5,88%	
		¿El modelo de negocio escogido cumple estratégicamente con los requerimientos actuales del mercado?	5,88%	10	5,88%	
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿Los aspectos planteados para la determinación de la demanda y oferta permitieron definir razonablemente la demanda insatisfecha?	5,88%	9	5,29%	
		¿Las estrategias de comercialización están alineadas con el mercado meta?	5,88%	10	5,88%	

5	ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Se utilizaron técnicas adecuadas para la determinación de la macro y micro localización de la empresa de servicios?	5,88%	10	5,88%	
		¿Se expresa de forma clara la misión, visión, valores y políticas de la idea del negocio?	5,88%	10	5,88%	
		¿Los flujogramas describen adecuadamente las actividades involucradas para la prestación de los servicios?	5,88%	10	5,88%	
		¿El organigrama estructural determina correctamente los cargos del personal de la empresa?	5,88%	10	5,88%	
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Se expresa resultados previos razonables en la presentación de los estados financieros?	5,88%	9	5,29%	
		¿El cálculo de los ingresos, costo, gastos proyectados son razonablemente confiables para la puesta en de la empresa de servicios?	5,88%	9	5,29%	
		¿Los indicadores financieros expresan de forma clara la factibilidad económica del negocio?	5,88%	10	5,88%	
Resultados			100%	9,70	97,02%	
Fecha			15 de Agosto de 2022			
Firma						

Activar Window
Ve a Configuración p

Elaborado por: La Autora

Tabla 80

Matriz de Validación Oponente 1

N°	Variable	Indicadores	MSc. Rocío León			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La determinación y justificación del problema sustenta razonablemente a la idea del negocio?	5,88%	9	5,29%	
		¿Están adecuadamente identificados las variables de diagnóstico que influyen para la puesta en marcha del negocio?	5,88%	9	5,29%	
		¿Las matrices FODA/AOOR están relacionadas con la implantación del proyecto aportando información a la idea del negocio?	5,88%	9	5,29%	
		¿El análisis PORTER diagnosticó adecuadamente la situación competitiva del mercado para la puesta en marcha del negocio?	5,88%	9	5,29%	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿El muestreo probabilístico seleccionado permitió establecer correctamente la muestra de estudio para sustentar el proyecto?	5,88%	9	5,29%	
		¿Las técnicas e instrumentos de recolección utilizadas en el estudio ayudaron a obtener información adecuada para la puesta en marcha del negocio?	5,88%	9	5,29%	
3	MODELO DE NEGOCIO	¿El lienzo CANVAS define adecuadamente los aspectos involucrados de la propuesta del negocio?	5,88%	9	5,29%	
		¿El modelo de negocio escogido cumple estratégicamente con los requerimientos actuales del mercado?	5,88%	9	5,29%	
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿Los aspectos planteados para la determinación de la demanda y oferta permitieron definir razonablemente la demanda insatisfecha?	5,88%	9	5,29%	
		¿Las estrategias de comercialización están alineadas con el mercado meta?	5,88%	9	5,29%	
5	ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO	¿Se utilizaron técnicas adecuadas para la determinación de la macro y micro localización de la empresa de servicios?	5,88%	9	5,29%	
		¿Se expresa de forma clara la misión, visión, valores y políticas de la idea del negocio?	5,88%	9	5,29%	

		¿Los flujogramas describen adecuadamente las actividades involucradas para la prestación de los servicios?	5,88%	9	5,29%	
		¿El organigrama estructural determina correctamente los cargos del personal de la empresa?	5,88%	9	5,29%	
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Se expresa resultados previos razonables en la presentación de los estados financieros?	5,88%	9	5,29%	
		¿El cálculo de los ingresos, costo, gastos proyectados son razonablemente confiables para la pnesta en de la empresa de servicios?	5,88%	9	5,29%	
		¿Los indicadores financieros expresan de forma clara la factibilidad económica del negocio?	5,88%	9	5,29%	
Resultados			100%		90,00%	
Fecha			04 de Agosto de 2022			
Firma						

Elaborado por: La Autora

Tabla 81

Matriz de Validación Oponente 2

N°	Variable	Indicadores	MSc. Julio Andrade			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La determinación y justificación del problema sustenta razonablemente a la idea del negocio?	5,88%	8	4,71%	
		¿Están adecuadamente identificados las variables de diagnóstico que influyen para la puesta en marcha del negocio?	5,88%	8	4,71%	
		¿Las matrices FODA/AOOR están relacionadas con la implantación del proyecto aportando información a la idea del negocio?	5,88%	8	4,71%	
		¿El análisis PORTER diagnosticó adecuadamente la situación competitiva del mercado para la puesta en marcha del negocio?	5,88%	8	4,71%	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿El muestreo probabilístico seleccionado permitió establecer correctamente la muestra de estudio para sustentar el proyecto?	5,88%	8	4,71%	
		¿Las técnicas e instrumentos de recolección utilizadas en el estudio ayudaron a obtener información adecuada para la puesta en marcha del negocio?	5,88%	8	4,71%	
3	MODELO DE NEGOCIO	¿El lienzo CANVAS define adecuadamente los aspectos involucrados de la propuesta del negocio?	5,88%	8	4,71%	
		¿El modelo de negocio escogido cumple estratégicamente con los requerimientos actuales del mercado?	5,88%	8	4,71%	
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿Los aspectos planteados para la determinación de la demanda y oferta permitieron definir razonablemente la demanda insatisfecha?	5,88%	8	4,71%	
		¿Las estrategias de comercialización están alineadas con el mercado meta?	5,88%	8	4,71%	
5	ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Se utilizaron técnicas adecuadas para la determinación de la macro y micro localización de la empresa de servicios?	5,88%	8	4,71%	
		¿Se expresa de forma clara la misión, visión, valores y políticas de la idea del negocio?	5,88%	8	4,71%	

		¿Los flujogramas describen adecuadamente las actividades involucradas para la prestación de los servicios?	5,88%	8	4,71%	
		¿El organigrama estructural determina correctamente los cargos del personal de la empresa?	5,88%	8	4,71%	
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Se expresa resultados previos razonables en la presentación de los estados financieros?	5,88%	8	4,71%	
		¿El cálculo de los ingresos, costo, gastos proyectados son razonablemente confiables para la puesta en de la empresa de servicios?	5,88%	8	4,71%	
		¿Los indicadores financieros expresan de forma clara la factibilidad económica del negocio?	5,88%	8	4,71%	
Resultados			100%	8	80,00%	
Fecha			04 de Agosto de 2022			
Firma						

Elaborado por: La Autora

Tabla 82

Resultados totales

Tutores técnicos	Resultado
MSc. Sandra Guevara	97,02%
MSc. Rocio León	90,00%
MSc. Julio Andrade	80,00%
Promedio final	89, 00%

Elaborado por: La Autora

4.9. Análisis

El estudio de emprendimiento para la creación de una empresa servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador demuestra ser un proyecto favorable de acuerdo a los resultados obtenidos de las matrices evaluadas por los tutores técnicos, dando como resultado un porcentaje de 89% de factibilidad en base a los criterios de validación establecidos.

Conclusiones

- En la ciudad de Otavalo si bien existe oferta actual de empresas con servicios similares y trabajadores independientes informales dedicados al sector de la construcción, estos no satisfacen la demanda, convirtiéndose en una oportunidad de acaparar al mercado insatisfecho debido a las inconformidades que presentan los clientes por las precarias condiciones de contratación de albañiles, electricista, plomeros, pintores y jardineros en la ciudad de Otavalo.
- El presente trabajo se fundamentó teórica y metodológicamente aplicando una investigación descriptiva con enfoque mixto, utilizando el método inductivo y analítico para evaluar y revisar la información recopilada a través de las encuestas, observación directa, entrevistas y estudios para el desarrollo del proyecto.
- En el desarrollo del estudio de mercado a través del uso de las técnicas de recolección de información, se determinó que la población del sector estudiado, presenta la necesidad de contratar una empresa que les ofrezca una seguridad razonable en las obras de construcción y mantenimiento de inmuebles mediante la utilizando materiales y equipos de calidad adecuados en sus trabajos.
- La organización se constituirá jurídicamente como una Sociedad por Acciones Simplificadas bajo el nombre de FIXWASI S.A.S en la cual, los accionistas se responsabilizarán respectivamente por el monto de sus aportes en los aspectos económicos, tributarios y legales, además contará con el personal laboral adecuado para que cada una de las actividades a realizarse en la empresa sean realizadas de forma eficiente y eficaz.
- La información recopilada determina que existe demanda insatisfecha para la creación del negocio de prestación de servicios complementarios de construcción, el cual ofrece

servicios en albañilería, plomería, electricidad, pintura y jardinería, además a través de aplicación del estudio financiero e indicadores financieros se determinó que el proyecto es favorable para instaurarse en la ciudad de Otavalo.

Recomendaciones

- Se recomienda brindar capacitaciones actualizadas a los empleados de la empresa para que se mantengan actualizados con las nuevas tendencias arquitectónicas que se presenten en el mercado de la construcción.
- Al ser una empresa nueva se debe enfatizar la utilización del modelo de negocios de marketing de afiliación para su promoción, para crear relaciones comerciales que ayuden a captar más clientes y por ende generar más rentabilidad.
- El negocio debe cumplir con todos los estándares legales de bioseguridad y operatividad técnica en cada una de sus obras para el correcto funcionamiento de la organización.
- Realizar evaluaciones de control interno para revisar periódicamente las actividades de la organización.

Bibliografía

- Antón Pérez, J. J. (2011). *Empresa y administración*. Macmillan Iberia, S.A.
<https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/52804%0A>
- Àrea d'Ecologia, U. i. M., Biodiversitat, D. d. V. i., Borrueu, O., & Punsola, A. (2016). *Buenas prácticas de jardinería en Barcelona: conservar y mejorar la biodiversidad* (Conservar i millorar la biodiversitat. (Ed.)). LA Referencia. <http://hdl.handle.net/11703/101466>
- Capelo Bravo, M. A. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa para la prestación de servicios eléctricos, ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura*. Rraae. https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UTN_b2d5818ec7966657a716eb9dedd5bc2c
- Casadesus Masanell, R., & Ricart Enric, J. (2010). From strategy to business models and onto tactics. *Long Range Planning*, 43(2–3), 195–215. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2010.01.004>
- Castro R, H. (2018). *Notas de construcción*. Programa Editorial Universidad del Valle.
<https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/132138%0A>
- Contraloría General del Estado. (2021). *Salarios de Mano de Obra*. Contraloría General Del Estado. <https://www.contraloria.gob.ec/Informativo/SalariosManoObra>
- Cruz Fernández, A. (2018). *Planificación y gestión de la demanda*. COML0210 (IC Editorial (Ed.)). <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/129549%0A>
- da Silva, D. (2021). *¿Cómo hacer una filosofía empresarial en 5 pasos?* Blog de Zendesk.
<https://www.zendesk.com.mx/blog/filosofia-empresarial/>
- EAE Business School. (2021). *Empresas de servicios: características, tipos y ejemplos*. EAE Business School. <https://retos-directivos.eae.es/empresas-de-servicios-tipos-y-caracteristicas/>
- Figuroa Soledispa, M. L., Toala Bozada, S. P., & Quiñonez Cercado, M. del P. (2020). *El*

- Marketing Mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes.* 5(12), 309–324. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i12.2050>
- Flórez Uribe, J. A. (2016). *Proyectos de inversión para las PYME (3a. ed.)* (Ecoe Edici). <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/70421%0A>
- Galindo Ruiz, C. J. (2011). *Formulación y evaluación de planes de negocio* (Ediciones de la U (Ed.)). <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/plan-de-negocios>
- Garzón Agudelo, D. M., Sarmiento Rojas, J. A., & Gutiérrez-Junco, Ó. J. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos de ingeniería.* Editorial UPTC. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/135291>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo. (2020a). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo, provincia de Imbabura. *Actualización Del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Otavalo. 2019-2023*, 1–971.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo. (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura.* 327. <https://www.imbabura.gob.ec/index.php/componente-territorial/instrumentos-de-planificacion/pdot-cantonal/file/505-pdot-otavalo>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo. (2021). *Ordenanza de Regularización de Fraccionamientos y Reestructuración de Lotes en el Cantón de Otavalo.* 1624, 1–11. <https://www.fielweb.com/Index.aspx?rn=2918&nid=1165170#norma/1165170>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo. (2020b). *Ordenanza Sustitutita que Regula los Procedimientos para la Incorporación de Bienes Inmuebles Vacantes o Mostrencos al Patrimonio Municipal de Otavalo.* 559, 1–22.

- <https://www.fielweb.com/Index.aspx?rn=2918&nid=1158937#norma/1158937>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo. (2008). *Ordenanza Sustitutiva para el Ordenamiento Arquitectónico, Urbano y Rural del cantón Otavalo*. 55.
- Hotmart. (2021). *Qué es el Marketing de Afiliados y por qué es interesante para tu negocio*. Hotmart. <https://blog.hotmart.com/es/marketing-de-afiliados/#t1>
- INEC - ENEMDU. (2021). *Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional*. CNII Indicadores. <http://indicadores.igualdad.gob.ec/DatosProvincias-45-8-107-10>
- Instituto Nacional de Educación Tecnológica. (2011). *Marco de Referencia Pintor de Obra*. Instituto Nacional de Educación Tecnológica. http://www.inet.edu.ar/wp-content/uploads/2013/05/150-11_08.pdf
- LEGALISSUES. (2020). *SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS, nueva especie de compañía de comercio en el Ecuador*. Legal Issues Abogados. <https://www.legalissues.com.ec/sociedad-por-acciones-simplificadas-en-el-ecuador/>
- Ley de compañías. (2020). *Registro Oficial 312, 5 Noviembre de 1999, 312, 159*. <https://www.fielweb.com/Index.aspx?rn=83583&nid=115#norma/115>
- LEY ORGÁNICA DEL SERVICIO PÚBLICO - LOSEP. (2022). *Registro Oficial 2do. S. 294, 06 Oct 2010, 294, 69*. <https://www.fielweb.com/Index.aspx?rn=90821&nid=149#norma/149>
- López Calvajar, G. A., Mata Varela, M. de la C., Becerra Lois, F. Á., & Cabrera Caballero, H. A. (2018). *Planificación de empresas*. Editorial Universo Sur. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/120837>
- Luna González, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/40472>
- Marulanda, J. (2018). *Materiales de construcción*. El Cid Editor.

- OECD & Statistical Office of the European Communities. (2005). Manual de Oslo. In *Manual de Oslo* (3rd ed.).
- Parreño Álvarez, R. M. (2017). *Creación de la empresa de Servicios Integrados Hidráulicos y Eléctricos Parreño en la ciudad de Latacunga* [Universidad Técnica de Ambato].
https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/25767/1/368_o.e..pdf
- Pedraza Rendón, O. H. (2015). *Modelo del plan de negocios: para la micro y pequeña empresa*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/39387>
- Pérez Brito, G. J., & Pacheco Coello, C. E. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
<https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/116948%0A>
- Puentes Montañez, G. A., Prieto Puentes, D. F., & Caro Gonzális, L. S. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios* (2a ed.). Ecoe Ediciones.
<https://elibro.net/es/ereader/utnorte/126598>
- Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Editorial Universidad Adventista del Plata.
<https://elibro.net/es/ereader/utnorte/130238>
- REGLAMENTO DE LAS SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS. (2020). *Registro Oficial E. E. 1071, 25 Sep 2020, 20*. <https://smsecuador.ec/wp-content/uploads/2020/11/Reglamento-de-las-Sociedades-por-acciones-simplificadas.pdf>
- Requena Peláez, J. M. (2013). *Mantenimiento de fontanería*. Editorial ICB.
<https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/117775%0A>
- Rodríguez Aranday, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
<https://elibro.net/es/ereader/utnorte/116949>

- Rodríguez Vázquez, C., & Rodríguez Fernández, M. (2012a). La inteligencia en la empresa y el marketing de afiliación. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 2(08), 53–87. <https://doi.org/10.17979/redma.2012.02.08.4761>
- Rodríguez Vázquez, C., & Rodríguez Fernández, M. (2012b). La inteligencia en la empresa y el marketing de afiliación. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 2(08), 53–87.
- Ruiz, H. M. (2012). *Metodología de la investigación*. Cengage Learning.
- Salvador Pérez, L. P., Jurado Zurita, R. R., Rodriguez Salazar, P. D., Revelo Oña, R. esteban, & Haro Haro, E. R. (2017). *Diseño y evaluación de proyectos de inversión*.
- Sánchez Carrión, J. J. (2018). *Errores de muestreo: precisión de los estimadores en encuestas probabilísticas*. Dextra Editorial. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/130813%0A>
- Sánchez, L. (2020). *FONTANERÍA: FUNCIONES DE UN FONTANERO*. Blablaretail. <https://blablaretail.com/fontaneria-funciones-de-un-fontanero/>
- Serrano Ordoñez, M., Serrano Ordoñez, M., & Pozo García, J. (2018). *Trabajos de albañilería* (2da ed.). IC Editorial. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/59264%0A>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2019). *¿Cómo registro una marca?* Gobierno Del Ecuador. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Sistema Oficial de Contratación Pública. (2014). *Servicios Generales de Reparación y Mantenimiento*. Compras Públicas. [https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/bajarArchivo.cpe?Archivo=I_vAO8WmQ6LragGDzjSA5ve30uJ4eF3eaakUh6wd_b8,](https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/bajarArchivo.cpe?Archivo=I_vAO8WmQ6LragGDzjSA5ve30uJ4eF3eaakUh6wd_b8)
- Soriano Llobera, J. M., García Pellicer, M. C., Torrents Arevalo, J. A., & Viscarri Colomer, J. (2015). *Economía de la empresa*. Universitat Politècnica de Catalunya. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/52179>

- Superintendencia de compañías, valores y seguros. (2021). *PORTAL DE INFORMACIÓN/CONSULTA DE COMPAÑIAS*. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. <https://appscvsconsultas.supercias.gob.ec/consultaCompanias/busquedaCompanias.jsf>
- Svejenova, S., Planellas, M., & Vives, L. (2010). *An Individual Business Model in the Making: A Chef's Quest for Creative Freedom*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/247180066_An_Individual_Business_Model_in_the_Making_A_Chef's_Quest_for_Creative_Freedom
- Universidad del Pacífico. (2017). *Manual de funciones y descripción de cargos*. Universidad Del Pacífico. https://www.upacifico.edu.ec/website/sistema/gobernanza/adjuntos/file_1_23.pdf
- Varios, A. (2015). *Manual para la formulación y evaluación de proyectos de inversión con criterio económico*. Editorial Feijóo. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/124320%0A>
- Vierreira Ávila, M. (2020). Evaluación financiera de proyectos de inversión métodos y aplicaciones. In *Angewandte Chemie International Edition* (6th ed.). https://www.upsa.edu.bo/images/libro_evaluacion-financiera-de-proyectos-de-inversion.pdf
- Villanueva, J. de. (2016). *Arte de albañilería o instrucciones para los jóvenes que se dediquen a él*. Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/100450%0A>

Anexos

Anexo No. 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
IBARRA-ECUADOR

FICHA DE OBSERVACIÓN

Investigador: Gabriela Ballesteros.

Institución: Universidad Técnica del Norte.

Fecha: 06 de noviembre del 2021. Hora: 07:00 a 10:00.

Lugar: Parque Simón Bolívar.

Tema: Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador

Objetivo: Realizar una ficha de observación directa de campo para constatar el número de personas dedicadas a la prestación de servicios de construcción mediante la recolección de información para el establecimiento de una empresa para la prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

Nº	Nombre y Apellido	Edad	Aptitudes				
			Albañilería	Piomería	Electricidad	Pintura	Otros
1	Alfonso Torres	42	X	X	X	X	
2	Alonso Vega	40	X				Ayudante
3	Luis Arce	43	X	X	X		
4	Juan Jaramilla	69	X				Ayudante
5	Mano Olayo	58	X	X	X	X	
6	Segundo Velásquez	69	X				
7	José Cayula	53	X	X	X	X	
8	Luis Herdán	35	X	X	X	X	
9	Wilson Motacano	34					X
10	Luis Chávez	44	X	X	X	X	
11	José Huenda	43	X	X	X	X	
12	Felton Campa	29	X				Ayudante
13	Antonio Sosa	65	X				X
14	José Guabana	49	X		X	X	Soldador
15	Arturo Perugachi	23		X	X	X	Ayudante
16	Antonio Perugachi	55		X	X	X	Ayudante
17	Policarpo Pancomi	32	X	X	X	X	
18	Gerardo Flores	54	X				
19	José P. Ibarra	30	X				Ayudante
20	José Corchero	60	X		X	X	
21	J. Ibarra	60	X	X	X	X	
22	José Corchero	63	X	X	X	X	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
IBARRA-ECUADOR

Nº	Nombre y Apellido	Edad	Aptitudes				
			Albañilería	Piomería	Electricidad	Pintura	Otros
23	Alberto Imbo	45	X	X	X		
24	Juan Olayo	61	X	X	X	X	
25	Rigoberto Guadalupe	25	X				Ayudante
26	Franco Maldonado	31	X		X	X	
27	Abraham Segundo	43	X		X	X	
28	Aracelis Cerna	32	X	X	X	X	
29	José Cárdenas	41	X	X	X	X	
30	Mano Cerna	37	X	X	X		
31	Wilson Jaramilla	25	X				Ayudante
32	Wilson Lozano	22				X	Ayudante
33	Herón Vargas	36		X	X	X	
34	Orlando Urbe	48	X	X	X	X	
35	Franco Esquivel	61	X	X	X	X	
36	Luis Herrera	59	X		X	X	

Ilustración 1. Constatación de trabajadores de servicios de construcción Parque Simón Bolívar



Ilustración 2. Constatación de trabajadores de servicios de construcción Parque Simón Bolívar

Ilustración 3. Constatación de trabajadores de servicios de construcción Parque Simón Bolívar



Conclusión

Se evidencio mediante la utilización de una ficha de observación en el parque Simón Bolívar ubicado en el centro de la ciudad de Otavalo que existen 36 trabajadores informales dedicados a realizar diferentes tipos de servicios de construcción solo los días lunes y martes en

Anexo No. 3

ENCUESTA

Tema: Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

Objetivo: Realizar una encuesta a los propietarios de viviendas mediante la recolección de información para el establecimiento de una empresa para la prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

Indicaciones: Marque con una X la respuesta que usted considere su opinión.

Edad () Genero M() F()

Preguntas

1. **¿Ha requerido en algún momento los servicios de electricidad, albañilería, pintura, plomería, jardinería?**

() Si

() No

2. **¿Qué tipo de servicios de construcción o mantenimiento realiza en su inmueble y la frecuencia en lo solicita?**

	Mensual	Bimestral	Trimestral	Semestral	Anualmente
Albañilería					
Plomería					
Pintura					
Electricidad					
Jardinería					

3. **¿Usted tiene el contacto de una empresa o persona confiable que le asista al momento de requerir la construcción o mantenimiento para su vivienda?**

() Si

() No

4. **¿Usted estuvo conforme con el precio que pago por el servicio de construcción y mantenimiento en su domicilio?**

() Si

() No

5. **¿Si recibió el servicio de construcción o mantenimiento en su hogar como califica la atención?**

() Excelente

() Buena

() Regular

() Mala

6. **¿Por cuál de estas razones se ha sentido inconforme al momento de elegir el servicio?**

() Precio

() Actitud del técnico

() Calidad del servicio

() Robo

() Otro mencione cual

7. **¿Cómo califica el servicio de construcción o mantenimiento que le brindo un trabajador informal para alguna reparación dentro de su inmueble?**
- Excelente
 - Buena
 - Regular
 - Mala
8. **Seleccione la alternativa que sea su caso, ¿Actualmente qué tipo de vivienda es en la que usted habita?**
- Propia
 - Prestada o cedida por un familiar
 - Arrendada
 - Anticresis
9. **¿Le gustaría encontrar una empresa que preste servicios especializados de construcción y o mantenimiento en su hogar sin necesidad de contratar cada servicio por separado como un electricista, albañil, pintor, plomero o jardinero?**
- Si
 - No
10. **¿Destinaria un mayor porcentaje de su presupuesto, para mejorar su vivienda si existiera una empresa que le preste un servicio profesional y garantizado a costos asequibles?**
- Si
 - No
11. **Si el servicio lo satisface en la calidad de mano de obra, atención al cliente, supervisión del trabajo y proporciona los materiales y equipos necesarios en todo el proceso de planeación y ejecución de trabajo en los plazos establecidos ¿Qué porcentaje adicional al costo del servicio estaría dispuesto a pagar por él?**
- Entre el 5% y el 10% adicional
 - Entre el 11% y el 15% adicional
 - Entre el 16% y el 20% adicional
 - Mas del 20% adicional
12. **¿Cómo prefiere contratar los servicios complementarios de construcción?**
- Aplicación
 - Pagina web
 - Local
 - Otro Mencione ¿Cuál?.....
13. **¿Cómo prefiere pagar los servicios complementarios de construcción?**
- Por día
 - Por obra
14. **¿Qué tipo de alternativa al momento de cancelar el servicio de construcción o mantenimiento prefiere?**
- Efectivo
 - Débito bancario
 - Transferencia a la cuenta
 - Tarjeta de crédito
15. **¿Le gustaría que el servicio de construcción y mantenimiento de su domicilio incluya materiales o equipos de construcción?**

- () Si
- () No

16. **¿De qué manera le gustaría que promocióne la prestación de servicios de construcción?**

- () Redes sociales
- () Páginas web
- () Folletos
- () Anuncios por radio
- () Ferreterías
- () Otros

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo No. 4

ENTREVISTA

Dirigida a: Presidente de del Colegio de Ingenieros Civiles de Ibarra.

Tema: Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

Objetivo: Realizar una entrevista mediante la recolección de información para el establecimiento de una empresa para la prestación servicios complementarios de construcción y mantenimiento de inmuebles en la ciudad de Otavalo, Imbabura, Ecuador.

Preguntas

¿Conoce usted si existe alguna empresa que brinde servicios de albañilería, electricidad, plomería, pintura y jardinería en la ciudad de Otavalo? ¿Cuáles?

.....

¿Cómo usted califica la calidad que brindan los trabajadores informales en los servicios de albañilería, electricidad, plomería, pintura y jardinería?

.....

¿Qué opinión puede dar sobre la posición en que se encuentra la oferta de los servicios complementarios en el mercado de la construcción?

.....

Según su criterio ¿Cómo debería funcionar una empresa que brinde servicios complementarios de construcción?

.....

¿Qué tipo de servicios usted considera que debe tener en su portafolio empresarial?

.....

Según su apreciación ¿Que necesidades en cuanto a servicios considera que requieren actualmente los profesionales de construcción?

.....

¿Qué garantías usted estima que la empresa debe ofrecer en los servicios mencionados?

.....
.....

¿Cuáles normas de salud y seguridad ocupacional considera que deben implementarse en la empresa?

.....
.....

¿Qué proveedores usted conoce que facilitan los materiales o equipos para las obras de construcción?

.....
.....

Gracias por su colaboración