



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN LA MODALIDAD DE MODELO DE**  
**NEGOCIOS QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PREVIO A LA**  
**OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TÍTULO:**

MODELO DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE LÁMINAS DE  
BAMBÚ PRESERVADO PARA LA CONSTRUCCIÓN AL MERCADO DE  
ESTADOS UNIDOS.

**AUTOR:**

DYLAN ANDRÉS ZAMBRANO TREJO

**TUTOR/A:**

ING. KARLOS MUÑOZ

MANTA-MANABÍ-ECUADOR

2024

**DEDICATORIA DE AUTORÍA:**

A la razón, que ilumina el camino del conocimiento. A la naturaleza, fuente de toda verdad y sabiduría.



 <b>Uleam</b> <small>ELOY ALFARO DE MANABÍ</small>	NOMBRE DEL DOCUMENTO: <b>CERTIFICADO DE TUTOR(A)</b>	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2
		Página 1 de 1

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría del estudiante Zambrano Trejo Dylan Andrés, legalmente matriculado en la carrera de COMERCIO EXTERIOR, período académico 2024-2025, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es "Modelo de negocio para la exportación de láminas de bambú preservado para la construcción al mercado de Estados Unidos".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 9 de agosto de 2024.

Lo certifico,



Ing. Karlos Eduardo Muñoz Macías, Mgr.  
**Docente Tutor(a)**  
**Área: Comercio Exterior**

**AGRADECIMIENTO:**

Agradezco a mis profesores y mentores por su guía y sabiduría, a mi familia por su constante apoyo, y a todos aquellos que han contribuido a mi formación académica y personal.

## **DEDICATORIA:**

Dedico este trabajo a mi ambición, que me lleva a explorar lo desconocido; a mi disruptividad, que desafía las fronteras del pensamiento convencional; y a mi ego, reflejo de mi identidad y motor de mi búsqueda incansable por el conocimiento y la verdad.

En este viaje lleno de retos y descubrimientos, he llegado a comprender que la lealtad es más que un simple valor; es un compromiso profundo con la integridad y la verdad, tanto hacia uno mismo como hacia quienes nos rodean.

Agradezco profundamente la lealtad inquebrantable que me han demostrado, especialmente Anderson Ortiz, Joan Pazmiño, María Foyain, Eddy Chillogallo, Diego Chang, Laddy Saltos, Katriana Santana, Alexis Mendoza, Kevin M. García, Carlos García, Jefferson Alquina, Sixto Triviño, Katiany Ayala, Elisa Cárdenas, Alejandro Bravo, María Sol Cañizares, Leonardo Caicedo y todos aquellos que han estado a mi lado en este viaje. Quiero también expresar mi gratitud a mi familia: Melissa Trejo, Maria Trejo, Elisa Canseco y demás, por su constante apoyo y motivación.

A quienes se han convertido en mis mentores, en especial a José Antonio Alguacil, mi gratitud es infinita. Sus palabras, siempre llenas de sabiduría y perspicacia, me han impulsado a desarrollar un pensamiento crítico admirable.

Gracias por ser esos pilares de fortaleza, amistad y sabiduría que me han permitido llegar hasta aquí.

## CONTENIDO

Resumen .....	9
Abstract .....	10
Capítulo I.....	11
Propuesta De Valor Y Público Objetivo.....	11
1.1. Propuesta De Valor .....	11
1.2. Público Objetivo .....	22
1.2.1. Selección De Mercado Total.....	24
1.2.2. Segmentación De Mercados.....	25
1.2.3. Definición Del Público Objetivo .....	26
1.2.4. Cuantificación Del Público Objetivo.....	28
1.2.5. Demanda Insatisfecha Y Demanda A Ser Atendida.....	29
1.2.6. Posicionamiento Del Producto En El Mercado Meta .....	30
1.2.7. Misión Y Visión De Negocio.....	31
1.2.8. Objetivos Y Estrategias De Negocio .....	32
1.2.9. Objetivos Y Estrategias De Marketing .....	33
Capítulo 2 .....	34
Canales De Distribución, Relaciones Con Los Clientes Y Alianzas Claves .....	34
2.1. Selección De Los Canales De Distribución .....	34

2.1.1. Definición De Canales De Distribución .....	35
2.1.2. Precios Y Márgenes De Ganancia En Cada Eslabón Cadena De Distribución.....	36
2.1.3. Mix De Importación .....	37
2.2. Relaciones Con Los Clientes.....	38
2.2.1. Mix Promocional: Publicidad, Medios Interactivos, Redes Sociales, Ferias, Etc. ....	39
2.2.2. Pre-Servicio Y Post Servicio.....	41
2.2.3. Modelo De Relacionamiento Con Los Clientes A Largo Plazo .....	42
2.3. Alianzas Claves .....	42
2.3.1. Alianzas Con Proveedores .....	43
2.3.2. Alianzas Con Distribuidores .....	44
2.3.3. Alianzas Con La Competencia.....	46
Capítulo 3. Recursos, Actividades Y Costes .....	47
3.1. Recursos .....	47
3.1.1. Abastecimiento Del producto.....	47
3.1.2. Abastecimiento De Insumos .....	48
3.1.3. Abastecimiento De Máquinas, Equipos, Tecnología .....	48
3.1.4. Abastecimiento De Mano De Obra .....	49
3.1.5. Abastecimiento Personal Administrativo Y Directivo .....	49

3.1.6. Fuentes De Financiamiento De Las Inversiones Requeridas .....	49
3.2. Actividades .....	50
3.2.1. Actividades Claves .....	50
3.2.2. Organigrama.....	52
3.2.3. Manual De Funciones .....	52
3.3. Costes .....	56
3.3.1. Plan De Inversiones .....	56
3.3.2. Plan De Financiamiento.....	56
3.3.3. Proyección De Costos De venta: .....	58
3.3.4. Proyección De Gastos De Operación .....	59
Capítulo 4. Modelo De Ingresos Y Utilidades .....	60
4.1. Ingresos .....	60
4.1.1. Proyección De Cantidades Vendidas.....	60
4.1.3. Ingresos Proyectados .....	60
4.2. Utilidades .....	60
4.2.1. Estado De Resultados Proyectado .....	60
4.2.2. Cash Flow Financiero .....	61
4.2.3. Estado De Situación.....	62
4.3. Evaluación Financiera.....	62

4.3.1. Flujo De Fondos .....	62
4.3.2. Wacc .....	63
4.3.3. Indicadores Financieros (VAN, TIR, PAY BACK, CBC, VAUE, Etc.) .....	63
4.4. Análisis De Riesgo.....	65
4.4.1. Punto De Equilibrio.....	65
4.4.2. Análisis De Sensibilidad.....	66
Conclusiones.....	68
Recomendaciones .....	70

## **Resumen**

Este artículo describe un modelo de negocio para exportar láminas de bambú preservado, dirigido al mercado de la construcción en Estados Unidos. La propuesta se centra en aprovechar la creciente demanda de materiales sostenibles y ecológicos.

El proceso incluye la preservación del bambú para garantizar durabilidad y resistencia, adaptándolo a las normativas y preferencias del mercado estadounidense. Se detallan las estrategias de entrada, incluyendo investigaciones de mercado, establecimiento de redes de distribución, y la obtención de certificaciones relevantes. Además, se destacan las ventajas competitivas del bambú, como su sostenibilidad, durabilidad y costo-efectividad.

Este modelo no solo responde a las tendencias de construcción sostenible, sino que también presenta una oportunidad significativa para captar la demanda de materiales ecológicos en Estados Unidos.

### **Abstract**

This article describes a business model for exporting preserved bamboo sheets to the construction market in the United States. The proposal focuses on leveraging the growing demand for sustainable and eco-friendly materials.

The process includes bamboo preservation to ensure durability and strength, tailored to meet US market regulations and preferences. Entry strategies are detailed, including market research, establishing distribution networks, and obtaining relevant certifications. Additionally, the competitive advantages of bamboo, such as sustainability, durability, and cost-effectiveness, are highlighted.

This model not only addresses sustainable construction trends but also represents a significant opportunity to capture the demand for eco-friendly materials in the United States.

## **Capítulo I**

### **Propuesta De Valor Y Público Objetivo**

#### ***1.1. Propuesta De Valor***

En la búsqueda de alternativas sostenibles y duraderas para la construcción y el diseño, las láminas de bambú preservado de Ecuador emergen como una opción innovadora y atractiva. Su producción eco-amigable, resistencia excepcional, versatilidad y belleza natural las convierten en una solución ideal para arquitectos, diseñadores, constructores y consumidores finales que buscan productos ecológicos y de alta calidad.

La industria de la construcción tradicional enfrenta un dilema: la dependencia de materiales como la madera y el metal, que generan un impacto ambiental significativo. Su explotación desenfrenada, sumado a su alto costo y vida útil limitada, demanda una alternativa más sostenible y eficiente.

Las láminas de bambú preservado ofrecen una solución sostenible y duradera a los desafíos de la construcción tradicional. Proviene de un recurso renovable y de rápido crecimiento, el bambú, y posee propiedades mecánicas excepcionales que las hacen aptas para una amplia gama de aplicaciones. Su

belleza natural las convierte en una opción estéticamente atractiva para cualquier proyecto.

### **1. 1. 1. Identificación Y Entendimiento De Necesidades, Gustos, Preferencias, Expectativas.**

Miami, FL ha sido seleccionada como el mercado objetivo principal para la comercialización de láminas de bambú preservado debido a su creciente población latina, aprecio por la estética natural, poder adquisitivo considerable, y su papel como centro comercial y de negocios de importancia regional.

Las láminas de bambú preservado en Miami deben cumplir con la demanda de materiales ecológicos, estética natural, durabilidad, resistencia y versatilidad, así como altos estándares de calidad en producción y acabado.

Los consumidores en Miami esperan una variedad extensa de opciones de diseño, información detallada sobre las características del producto, atención al cliente personalizada, compromiso con la sostenibilidad ambiental, y precios competitivos.

### **1.1.2. Características y Beneficios que ofrecerá el producto**

Las láminas de bambú preservado ofrecerán características distintivas que las posicionan como una opción ideal para el mercado de Miami, FL. Este producto se distingue por su sostenibilidad ambiental, derivada de un proceso de preservación que garantiza la conservación del recurso natural. Además, su durabilidad ante condiciones climáticas adversas y resistencia a plagas y hongos aseguran una larga vida útil con mínimo mantenimiento, los beneficios de estas láminas incluyen:

- **Sostenibilidad:** Reducen la huella de carbono al utilizar un material renovable como el bambú, contribuyendo a un futuro más verde.
- **Durabilidad:** Su alta resistencia a la intemperie, plagas y hongos garantiza una vida útil prolongada, minimizando gastos de reemplazo y mantenimiento. Las láminas de bambú preservado desafían el paso del tiempo, manteniendo su integridad y belleza a lo largo de los años.
- **Versatilidad:** Se adaptan a una variedad de aplicaciones, desde la decoración interior hasta la construcción de estructuras y muebles. Su flexibilidad permite crear espacios únicos y personalizados, satisfaciendo las necesidades más exigentes de arquitectos, diseñadores y constructores.
- **Estética:** Aportan un toque de calidez y elegancia a cualquier espacio, creando ambientes armoniosos y acogedores. La belleza natural del bambú realza la decoración, brindando un estilo distintivo y atemporal.
- **Propiedades Mecánicas:** Su resistencia a la compresión, tracción, flexión y carga de extracción las hace ideales para estructuras y aplicaciones de carga. Las láminas de bambú preservado ofrecen seguridad y confiabilidad, garantizando la estabilidad y durabilidad de las construcciones.
- **Certificaciones:** Cuentan con las certificaciones necesarias que garantizan su calidad y sostenibilidad. Estas certificaciones avalan

el cumplimiento de estándares rigurosos, brindando confianza a los clientes sobre la procedencia y el impacto ambiental del producto.

- **Precio Competitivo:** Ofrecen una alternativa económica en comparación con materiales tradicionales como la madera o el metal. Su costo accesible las convierte en una opción atractiva para proyectos de construcción y diseño, sin sacrificar calidad ni rendimiento.

**Figura 1**

*Láminas de bambú preservadas (600 cm) para diversos proyectos de construcción y decoración*



*Nota.* La figura representa el producto final a ofertar en el mercado de Miami, FL, Estados Unidos. Elaboración propia. Zambrano Trejo, D. A. (2024)

Las láminas de bambú preservado de Ecuador representan una solución innovadora y sostenible que armoniza con las necesidades actuales de la industria de la construcción y el diseño. Su propuesta de valor integral, que combina beneficios ambientales, económicos, estéticos y de rendimiento, las convierte en una opción atractiva para arquitectos, diseñadores, constructores y consumidores

finales que buscan productos ecológicos, duraderos, versátiles y estéticamente agradables.

### **1.1.3. Retroalimentación Del Mercado En Base A Resultados De Investigación De Campo**

Versa Construcciones S.A. ha realizado una exhaustiva investigación de campo en Miami, FL, para evaluar la aceptación y viabilidad de las láminas de bambú preservado en este mercado. Los resultados de esta investigación han proporcionado valiosa retroalimentación, destacando varios aspectos cruciales que influirán en la estrategia de comercialización.

En primer lugar, se observó que los consumidores de Miami muestran una fuerte inclinación hacia materiales de construcción y decoración sostenibles. Este hallazgo es consistente con la creciente demanda de productos ecológicos en la región, lo cual refuerza la posición de las láminas de bambú preservado como una opción atractiva. Además, los consumidores valoran la durabilidad y resistencia del bambú, especialmente su capacidad para soportar condiciones climáticas adversas, plagas y hongos, características que aseguran una vida útil prolongada y una mínima necesidad de mantenimiento.

La investigación también reveló que la estética natural del bambú es altamente apreciada en el mercado de Miami. Los consumidores buscan incorporar elementos que aporten calidez y una conexión con la naturaleza en sus espacios. Esta preferencia se alinea con la oferta de Versa Construcciones S.A., que proporciona láminas de bambú en diversos acabados y colores para satisfacer una amplia gama de estilos decorativos.

Finalmente, la retroalimentación subraya la importancia de un servicio al cliente excepcional y personalizado. Los consumidores de Miami esperan asesoría detallada y soporte técnico durante el proceso de selección e instalación del producto. Versa Construcciones S.A. se compromete a cumplir con estas expectativas, garantizando una experiencia de compra satisfactoria y fortaleciendo la lealtad del cliente.

#### **1.1.4. Definición De La Propuesta De Valor**

Versa Construcciones S.A. atiende la creciente demanda en Miami, FL, por el "minimalismo cálido" en decoración, que combina simplicidad con elementos naturales. Los consumidores buscan materiales ecológicos que aporten calidez y conexión con la naturaleza.

Nuestras láminas de bambú preservado cumplen estas necesidades, utilizando un sistema de preservación con bórax y ácido bórico, garantizando durabilidad y resistencia. Son ideales para diversas aplicaciones, tanto interiores como exteriores. En resumen, ofrecemos una solución sostenible y estética que se adapta a diferentes estilos decorativos, alineándose con las tendencias actuales en Miami.

#### **1.1.5. Precio Del Producto**

Versa Construcciones S.A. ofrece láminas de bambú preservado, el precio final para los consumidores es de \$3,44 cada lámina mide 600 centímetros de largo, 5 centímetros de ancho, 0.6 centímetros de espesor y con un peso de 3.5274 libras (1.6 Kg). Nuestro producto está basado en Guadua Rolliza (Angustifolia Kunth, Tipo Macana), conocida por su durabilidad y sostenibilidad. El

proceso de preservación, que utiliza bórax y ácido bórico, garantiza la resistencia del bambú a plagas, hongos y condiciones climáticas adversas, asegurando una larga vida útil.

La demanda de láminas de bambú preservado en Miami, FL, es óptima y en crecimiento, impulsada por la tendencia del "minimalismo cálido" en la decoración. Los consumidores buscan materiales ecológicos que combinen simplicidad y elementos naturales para crear espacios acogedores y modernos. Además, la creciente conciencia ambiental y la preferencia por productos sostenibles han aumentado la demanda de materiales como el bambú en proyectos de construcción y decoración.

En el mercado de Miami, los precios de productos competidores varían. Un competidor vende láminas de bambú por \$110,00 con las características de 182,9 cm de largo, 0,6 cm de grosor y 4,4 cm de ancho, lo que refleja una diferencia considerable de precio y dimensiones que las presentaciones de Versa Construcciones S.A. Sin embargo, la durabilidad y resistencia y dimensiones de estos productos no es comparable a la calidad ofrecida por nuestras láminas de bambú preservado. Otro competidor ofrece láminas a un precio de \$132,00, pero estos productos también carecen del proceso de preservación avanzado que utilizamos, lo que los hace menos duraderos y atractivos para los consumidores que valoran la sostenibilidad y la calidad.

#### **1.1.6. Capacidad Instalada Y Utilizada**

Nuestra capacidad instalada permite la producción de aproximadamente 1000 latillas de guadua por día, utilizando tallos de bambú de 6 metros,

cada lámina 600 centímetros de largo, 5 centímetros de ancho, 0.6 centímetros de espesor y con un peso de 3.5274 libras (1.6 Kg). Operando al 100% de nuestra capacidad instalada, logramos mantener una alta producción y eficiencia. Sin embargo, al operar al 83.33% de nuestra capacidad instalada, nuestro plan de producción se ajusta para asegurar la sostenibilidad y calidad del producto. Esto implica una producción diaria de 1000 latillas de bambú. Considerando que cada bambú gigante puede producir 6 unidades de latillas por sección y cada guadua rolliza puede producir entre 4 unidades de latillas, el proceso de producción es el siguiente:

- **Selección y corte de guadua:** Durante los tres días de oscuridad lunar, se selecciona y corta la guadua.
- **Avinagramiento:** La guadua cortada se deja con su follaje en el guadual durante 20 a 30 días para el proceso de avinagramiento.
- **Preservación:** La guadua se somete a nuestro proceso de preservación utilizando bórax y ácido bórico.
- **Producción de latillas:** Cada día, operando al 83,33% de nuestra capacidad instalada, se producen 1000 latillas.

Esta producción se divide entre guadua gigante y guadua rolliza, optimizando el uso de cada tipo de bambú para asegurar la calidad y la sostenibilidad del producto final.

Este plan de producción permite a Versa Construcciones S.A. mantener una alta calidad en nuestras latillas de bambú mientras se ajusta a una capacidad de

producción del 83,33%, garantizando así la sostenibilidad y durabilidad del producto.

#### **1.1.7. Macro Y Micro Localización**

La planta de producción de nuestra empresa estará estratégicamente ubicada en El Cerezo, en el cantón Rocafuerte de la provincia de Manabí, Ecuador. Esta zona es reconocida por su desarrollo centrado en la agricultura y la ganadería, y cuenta con importantes centros de acopio para productos clave como plátano y cacao, que son fundamentales para la economía nacional. La ubicación en Rocafuerte es especialmente ventajosa debido a su proximidad con las provincias de Guayas y Santo Domingo, lo que facilita la reducción de costos logísticos tanto para ventas como para abastecimientos.

Según el último censo de 2022, la provincia de Manabí tiene una población total de 1'592.840 habitantes, con la parroquia urbana El Cerezo como micro localización específica. Esta ubicación no solo ofrece beneficios logísticos estratégicos, sino también acceso a una mano de obra calificada y recursos locales que respaldarán nuestras operaciones de producción de manera efectiva.

#### **1.1.8. Ingeniera Del Producto, Planta Y Proceso Productivo**

Versa Construcciones S.A. está ubicada estratégicamente en El Cerezo, Rocafuerte, Manabí, Ecuador, aprovechando la proximidad con centros de acopio agrícola y ganadero para optimizar costos logísticos. Utilizamos guadua rolliza (*Guadua angustifolia* Kunth tipo Macana) como material base para nuestras latillas de guadua.

La guadua bambú es un material versátil y sostenible que, cuando se procesa y trata adecuadamente, puede tener una vida útil considerablemente prolongada. Este documento detalla el proceso completo de producción de postes de guadua bambú, desde la cosecha hasta la clasificación final, garantizando la durabilidad y calidad superior de los productos.

- **Cosecha:** La cosecha de la guadua bambú se realiza en altitudes de entre 1,200 y 1,600 metros sobre el nivel del mar, seleccionando únicamente los culmos maduros de 4-6 años. Este rango de madurez asegura que los culmos estén bien lignificados, lo que maximiza sus propiedades mecánicas y resistencia natural contra plagas.
- **Selección:** Para obtener postes de alta calidad, se utilizan principalmente las secciones cercanas a la base de la guadua angustifolia, que tienen paredes más gruesas. Las secciones medias y superiores se destinan a otros productos, asegurando un aprovechamiento integral del material.
- **Perforación:** Los culmos se cortan al tamaño requerido y se perforan en todos los nudos para permitir la entrada de conservantes. Este proceso es crucial, ya que la capa exterior del bambú es impermeable, impidiendo la absorción de tratamientos desde el exterior.
- **Preservación:** Utilizamos una solución de boro no tóxico disuelta en agua para la preservación. Los culmos se sumergen en un tanque de tratamiento de 6.8 metros, con capacidad para procesar

250 postes cada cinco días. Este método garantiza una inmunización uniforme y efectiva, que no solo prolonga la vida útil del bambú, sino que también le confiere propiedades retardantes de fuego.

- **Blanqueo Solar:** Después de la inmunización, los postes se someten a un blanqueo solar durante 2 a 4 semanas. Este proceso elimina la clorofila y da a los postes un color beige uniforme, ideal para la construcción y fácil de pintar o tratar con aceites.
- **Lavado:** Los postes se limpian con lavadoras de alta presión para eliminar musgos y manchas superficiales, asegurando una apariencia limpia y preparada para su uso final.
- **Corte a Medida:** Cortamos los postes a una longitud estándar de 6 metros, optimizando el espacio en contenedores de 40 pies para minimizar los costos de envío. Este proceso se realiza con sierras circulares, asegurando cortes precisos y la protección de los extremos durante el transporte.
- **Secado:** El secado del bambú es un proceso crítico que toma aproximadamente 4 meses, reduciendo el contenido de humedad al 15-18%. Este paso asegura la estabilidad y longevidad de los postes, haciéndolos menos propensos a agrietarse.
- **Clasificación:** Los postes se clasifican por diámetros y se codifican por colores para facilitar la gestión del inventario por parte de los clientes. Cada poste se mide en la base para determinar su

categoría de diámetro, manteniendo un estándar de calidad consistente.

Nuestra planta puede producir hasta 3000 latillas de guadua por día al 100% de capacidad. Inicialmente, operaremos al 75%, lo que equivale a 2250 latillas diarias. Cada bambú gigante produce en promedio 6 unidades de latillas, mientras que la guadua rolliza genera entre 4 y 5 unidades por sección, optimizando el uso de materia prima y asegurando estándares de calidad.

Esta estrategia no solo promueve la sostenibilidad ambiental mediante el uso de materiales renovables, sino que también posiciona a Versa Construcciones S.A. como líder en la industria de construcción sostenible, aprovechando los recursos naturales de Manabí, Ecuador.

## **1.2. Público Objetivo**

El público objetivo para la compra de láminas de bambú se caracteriza por una conciencia ambiental creciente y un interés en soluciones sostenibles para la construcción y decoración. Este segmento del mercado incluye arquitectos y diseñadores de interiores. Los profesionales de estos campos buscan materiales sostenibles y versátiles para sus proyectos. Además, están interesados en las propiedades estéticas y funcionales del bambú para crear espacios innovadores y ecológicos. Los arquitectos valoran la durabilidad y resistencia del bambú, así como su capacidad para integrarse en diseños contemporáneos y tradicionales.

Otro grupo importante es el de constructores y desarrolladores de proyectos sostenibles. Estas empresas buscan materiales ecológicos para cumplir con certificaciones ambientales como LEED (Leadership in Energy and

Environmental Design). Los desarrolladores están enfocados en proyectos de construcción verde y aprecian la capacidad del bambú para reducir la huella de carbono de sus proyectos. Además, las empresas de decoración y mobiliario también forman parte del público objetivo. Estos negocios fabrican y venden muebles y elementos decorativos sostenibles. Están interesados en materiales que ofrezcan una combinación de estética, resistencia y sostenibilidad, y desean ofrecer productos únicos y ecológicos a sus clientes.

Los propietarios de viviendas y entusiastas del DIY (Do It Yourself) también representan un segmento importante. Estos individuos están interesados en proyectos de mejora del hogar y buscan materiales ecológicos y estéticamente agradables. Desean incorporar elementos naturales y sostenibles en sus espacios interiores y exteriores. Además, los hoteles y restaurantes buscan crear ambientes temáticos y acogedores con materiales naturales. Estos establecimientos desean destacar su compromiso con la sostenibilidad y atraer a un público consciente del medio ambiente.

Las organizaciones no gubernamentales y proyectos comunitarios también forman parte del público objetivo. Estas ONG y comunidades promueven la construcción sostenible y buscan materiales accesibles y renovables. Están enfocados en la regeneración urbana y la construcción de espacios públicos sostenibles. Finalmente, los educadores y centros de capacitación son otro segmento relevante. Estas instituciones enseñan sobre construcción sostenible y diseño ecológico, y están interesados en materiales innovadores y amigables con el medio ambiente para proyectos de aprendizaje práctico.

En resumen, este público valora la alta calidad, durabilidad y el impacto ambiental positivo de las láminas de bambú. Están dispuestos a invertir en materiales que no solo mejoren la estética de sus proyectos, sino que también contribuyan a la sostenibilidad global.

### ***1.2.1. Selección De Mercado Total***

Miami, con una población de aproximadamente 2.7 millones de habitantes en 2023 y un crecimiento proyectado del 1.0% anual hasta 2030, representa un mercado dinámico para Versa Construcciones S.A. La inversión en construcción verde en el condado de Miami-Dade alcanzó los \$13.8 mil millones en 2022, con un crecimiento anual del 7.5% hasta ese año y proyectado a un 6.8% anual hasta 2027. Esta tendencia indica una creciente demanda de materiales sostenibles como las latillas de guadua.

Versa Construcciones S.A. está posicionada para satisfacer esta demanda, con una estimación de 240,000 unidades de latillas de guadua anuales requeridas en Miami, impulsadas por la expansión del mercado de construcción verde y la preferencia por materiales ecológicos entre arquitectos y diseñadores de interiores. Este segmento profesional valora las propiedades estéticas y funcionales del bambú, buscando integrarlo en diseños innovadores y ecológicos.

La ubicación estratégica de Versa Construcciones S.A. en El Cerezo, Rocafuerte, Manabí, Ecuador, facilita la logística de importación, optimizando costos y tiempos de entrega. Esto le proporciona una ventaja competitiva significativa al atender eficientemente el mercado de Miami y capitalizar la

creciente inversión en construcción verde, proyectada a alcanzar los \$20 mil millones para 2027.

En resumen, Miami ofrece a Versa Construcciones S.A. un entorno propicio para consolidarse como líder en el suministro de latillas de guadua, alineándose con las tendencias de sostenibilidad y las necesidades específicas de arquitectos y diseñadores de interiores en busca de materiales innovadores y ecológicos para sus proyectos.

### **1.2.2. Segmentación De Mercados**

Versa Construcciones S.A. ha identificado a Miami como un mercado objetivo clave para sus listones de bambú preservados, reconociendo el vibrante sector de construcción y diseño sostenible de la ciudad. Para penetrar efectivamente en este mercado y capturar una participación significativa, es esencial una estrategia de segmentación de mercado bien definida. Esta estrategia debe considerar los diversos segmentos dentro de la industria de la construcción, sus necesidades específicas y la demanda potencial de productos de bambú.

#### **1.2.2.1. Segmentación basada en tipos de construcción**

##### ***Construcción residencial***

- **Segmento objetivo:** Constructores de viviendas, propietarios de viviendas individuales y contratistas de renovación.
- **Necesidades clave:** Materiales duraderos, sostenibles y estéticamente agradables para aplicaciones interiores y exteriores.

- **Potencial de demanda:** Alto, dada la creciente popularidad de las viviendas ecológicas y el uso cada vez mayor de bambú en proyectos residenciales.

### ***Construcción comercial***

- **Segmento objetivo:** Desarrolladores comerciales, arquitectos y empresas de construcción
- **Necesidades clave:** Materiales de alto rendimiento, rentables y ambientalmente responsables para edificios comerciales
- **Potencial de demanda:** Moderado, ya que la adopción del bambú en la construcción comercial está aumentando gradualmente, particularmente para espacios de oficinas y establecimientos minoristas

### ***Construcción hotelera***

- **Segmento objetivo:** Desarrolladores de hoteles, propietarios de resorts y firmas de diseño hotelero
- **Necesidades clave:** Materiales únicos, sostenibles y visualmente atractivos que mejoren la experiencia del huésped
- **Potencial de demanda:** Alto, ya que la industria hotelera abraza la sostenibilidad y busca diferenciar sus propiedades a través de elementos de diseño ecológicos

#### ***1.2.3. Definición Del Público Objetivo***

Versa Construcciones S.A. ha identificado a Miami como un mercado estratégico para sus láminas de bambú preservado, enfocándose en profesionales

y entidades comprometidos con la sostenibilidad y la excelencia en diseño dentro de la industria de la construcción.

Este público objetivo incluye constructores y desarrolladores de proyectos residenciales de mediana y alta gama que valoran materiales estéticamente atractivos y sostenibles para proyectos exclusivos. Asimismo, empresas de construcción comercial y oficinas buscan soluciones que cumplan con estándares ambientales y de diseño contemporáneo, mientras que propietarios y desarrolladores de hoteles y resorts prefieren productos que mejoren la experiencia del huésped y refuercen la imagen eco-friendly del establecimiento. Además, propietarios individuales y pequeños contratistas de renovación buscan alternativas accesibles que combinen calidad, durabilidad y sostenibilidad para proyectos residenciales más pequeños, destacándose por su sensibilidad al precio y la relación costo-beneficio.

Este perfil de consumidor no se define por su exclusividad en términos restrictivos, sino por su selectividad y especialización en la búsqueda de productos que cumplen con altos estándares de calidad y sostenibilidad.

Estos segmentos del mercado en Miami reflejan una demanda creciente por láminas de bambú que no solo satisfacen necesidades funcionales y estéticas, sino que también contribuyen a prácticas constructivas responsables y alineadas con principios ambientales. Al enfocarse en estas características distintivas, Versa Construcciones S.A. está posicionada para capturar una parte significativa de un mercado dinámico y en expansión, donde la innovación y el compromiso con la sostenibilidad son prioritarios para sus clientes potenciales.

#### **1.2.4. Cuantificación Del Público Objetivo**

Para cuantificar el público objetivo de Versa Construcciones S.A. en Miami, es esencial analizar varios segmentos de mercado y su potencial demanda. El informe de mercado de la industria de la construcción en Miami indica que, para 2023, la población del condado de Miami-Dade era de aproximadamente 2.7 millones de habitantes, con un crecimiento anual proyectado del 1.0% para el periodo 2020-2030. Esta población creciente se traduce en una demanda sostenida y en aumento para materiales de construcción, especialmente en sectores que buscan soluciones sostenibles como las láminas de bambú.

En cuanto a la construcción verde, Miami ha visto una inversión significativa, alcanzando los \$13.8 mil millones en 2022, con un crecimiento anual del 7.5% en el periodo 2017-2022 y una proyección de crecimiento del 6.8% anual hasta 2027. Este sector es particularmente relevante para Versa Construcciones S.A., ya que la demanda específica de láminas de bambú en Miami se estima en 500,000 unidades anuales, con un crecimiento anual del 7% alineado con la inversión en construcción verde. Además, el estudio de mercado de hoteles y resorts en Miami señala un alto potencial de demanda debido a la creciente preferencia por materiales sostenibles que mejoren la experiencia del huésped. Asimismo, la encuesta a propietarios de viviendas sobre renovaciones en Miami revela una inclinación hacia el uso de materiales ecológicos y duraderos, sugiriendo un mercado viable para las láminas de bambú en proyectos residenciales.

En resumen, la combinación de una población en crecimiento, una inversión robusta en construcción verde y una preferencia creciente por materiales sostenibles entre desarrolladores comerciales, hoteleros y propietarios de viviendas, posiciona a Versa Construcciones S.A. para capturar una parte significativa del mercado de láminas de bambú en Miami. La demanda anual proyectada y el crecimiento en sectores clave respaldan una estrategia de penetración de mercado bien fundamentada, dirigida a satisfacer las necesidades de un público que valora tanto la sostenibilidad como la calidad en la construcción y el diseño.

#### ***1.2.5. Demanda Insatisfecha Y Demanda A Ser Atendida***

Para proporcionar una proyección precisa de la demanda insatisfecha y la oferta en el mercado de láminas de bambú en Miami, se ha tomado en cuenta la capacidad instalada y utilizada de Versa Construcciones S.A. Junto con la caracterización del público objetivo, se han realizado las siguientes proyecciones de demanda y oferta para los próximos cinco años.

Versa Construcciones S.A. proyecta cubrir eficientemente la creciente demanda de láminas de bambú en Miami hasta el año 2027, anticipando un déficit proyectado de 24,885 unidades para el año 2028. Este déficit surge como resultado del robusto aumento en la popularidad y adopción de materiales sostenibles en la industria de la construcción de la ciudad. Para mantenerse competitiva y responder adecuadamente a las necesidades del mercado, la empresa debe considerar expansiones significativas en su capacidad de producción. Este enfoque proactivo no solo garantizará la satisfacción continua de

los clientes actuales y potenciales, sino que también optimizará la rentabilidad al aprovechar plenamente las oportunidades de crecimiento en un sector dinámico y en evolución como es la construcción sostenible en Miami.

#### ***1.2.6. Posicionamiento Del Producto En El Mercado Meta***

En el contexto de Versa Construcciones S.A., el mercado de láminas de bambú en Miami ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, reflejando una tendencia al alza que impulsa el desarrollo del sector de la construcción sostenible. Este aumento no solo indica una mayor aceptación de materiales ecológicos entre los profesionales del diseño y la construcción, sino que también tiene profundas implicaciones económicas y ambientales. Conforme este mercado se expande, tanto empresas privadas como públicas están incrementando sus inversiones para cumplir con estándares ambientales y satisfacer la demanda creciente de materiales sostenibles. Este fenómeno se refleja en el impacto positivo en el PIB local y en la implementación de políticas regulatorias que fomentan un entorno justo y sostenible para todos los actores involucrados.

El posicionamiento de las láminas de bambú de Versa Construcciones S.A. en el mercado de Miami se fundamenta en aprovechar las oportunidades emergentes en el sector de la construcción sostenible. Miami, conocida por su creciente adopción de prácticas ambientales, ofrece un escenario propicio para introducir productos que no solo cumplen con los estándares de sostenibilidad, sino que también satisfacen la demanda de materiales innovadores y estéticamente atractivos.

El mercado meta incluye a arquitectos, diseñadores de interiores, desarrolladores y propietarios de viviendas que buscan integrar soluciones ecológicas en sus proyectos. El bambú, reconocido por su resistencia, versatilidad y bajo impacto ambiental, se posiciona como una alternativa viable a materiales convencionales. Al destacar las propiedades únicas del bambú, como su capacidad para reducir la huella de carbono y ofrecer opciones estéticas modernas, Versa Construcciones S.A. aspira a capturar un segmento de mercado que valora tanto la calidad del producto como su contribución a la sostenibilidad ambiental.

Este enfoque estratégico no solo busca establecer a Versa Construcciones S.A. como líder en el suministro de láminas de bambú en Miami, sino también como un socio preferido para proyectos de construcción sostenible a nivel global. Al alinearse con tendencias internacionales hacia prácticas constructivas responsables y certificaciones reconocidas, la empresa se posiciona para expandir su presencia en mercados internacionales, contribuyendo así al desarrollo económico y ambiental a largo plazo.

### ***1.2.7. Misión Y Visión De Negocio***

Misión: En Versa Construcciones S.A., nuestra misión es liderar el mercado de materiales de construcción sostenibles mediante la producción y comercialización de láminas de bambú de la más alta calidad. Nos comprometemos a proporcionar soluciones innovadoras y ecológicas que contribuyan a la creación de espacios arquitectónicos estéticos, funcionales y respetuosos con el medio ambiente. Impulsados por la excelencia y la

responsabilidad social, buscamos inspirar y transformar el sector de la construcción hacia prácticas más sostenibles y conscientes.

Visión: Nuestra visión en Versa Construcciones S.A. es ser reconocidos globalmente como líderes en la industria de materiales de construcción sostenibles, destacándonos por nuestra calidad excepcional, innovación continua y compromiso con la sostenibilidad ambiental. Aspiramos a expandir nuestra presencia internacional, colaborando con arquitectos, diseñadores y desarrolladores para crear un futuro construido sobre cimientos ecológicos y responsables. Guiados por nuestra visión, nos esforzamos por ser agentes de cambio positivo en la industria, impulsando el desarrollo de comunidades más verdes y resilientes.

#### ***1.2.8. Objetivos Y Estrategias De Negocio***

- Incrementar la Producción y Distribución de Láminas de Bambú en Miami.

Estrategia: Optimizar y expandir la capacidad de producción de nuestra planta en Rocafuerte, Manabí, Ecuador, asegurando una producción constante y eficiente de láminas de bambú de alta calidad. Implementar procesos de mejora continua y tecnología avanzada para aumentar la producción y reducir costos operativos.

- Establecer una Red de Distribución Sólida y Eficiente en el Mercado Meta.

Estrategia: Crear alianzas estratégicas con distribuidores locales en Miami y fortalecer la logística de exportación para garantizar la entrega oportuna y eficiente de nuestras láminas de bambú. Desarrollar una plataforma de comercio electrónico robusta para facilitar las ventas online y mejorar la accesibilidad de nuestros productos a los clientes en Miami.

- Posicionar a Versa Construcciones S.A. como Líder en Sostenibilidad y Construcción Verde.

Estrategia: Implementar campañas de marketing enfocadas en destacar las ventajas ecológicas y la sostenibilidad de nuestras láminas de bambú. Participar en ferias y eventos de construcción sostenible, y obtener certificaciones reconocidas como LEED para nuestros productos. Fomentar la colaboración con arquitectos y diseñadores de interiores que valoran la sostenibilidad y buscan materiales innovadores para sus proyectos.

#### **1.2.9. Objetivos Y Estrategias De Marketing**

- Obtener un 5% de participación en el mercado de láminas de bambú en Miami.

Estrategia: Realizar un análisis exhaustivo del mercado para identificar oportunidades y segmentos específicos. Desarrollar campañas de marketing dirigidas a constructores, arquitectos, diseñadores de interiores y propietarios de viviendas conscientes del medio ambiente. Utilizar plataformas digitales, redes sociales y eventos de la industria para aumentar la visibilidad y la conciencia de marca.

- Mejorar la calidad de las características y presentación del producto.

Estrategia: Implementar rigurosos controles de calidad en cada etapa de producción para garantizar que nuestras láminas de bambú cumplan con los estándares más altos. Invertir en diseño de empaques atractivos y funcionales que resalten las ventajas de sostenibilidad y durabilidad del bambú. Recoger y analizar continuamente el feedback de los clientes para realizar mejoras y innovaciones en el producto.

- Desarrollar una marca corporativa atractiva para el mercado de Miami.

Estrategia: Crear una identidad de marca fuerte y coherente que refleje nuestros valores de sostenibilidad, innovación y calidad. Diseñar un logotipo, eslogan y materiales de marketing que comuniquen efectivamente estos valores. Establecer una presencia activa en redes sociales, blogs y otros medios digitales para conectarnos con nuestro público objetivo y construir una comunidad en torno a nuestra marca.

## **Capítulo 2**

### **Canales De Distribución, Relaciones Con Los Clientes Y Alianzas**

#### **Claves**

#### ***2.1. Selección De Los Canales De Distribución***

La elección del canal de distribución es una decisión a largo plazo, ya que implica un conjunto de instituciones de marketing que vinculan a los productores con los consumidores en este modelo de negocio. Para ello, la estructura del canal

de distribución se configurará de manera que se determine si el canal será directo (de productor a consumidor) o si incluirá múltiples niveles con diversos tipos de intermediarios.

### ***2.1.1. Definición De Canales De Distribución***

La logística y la cadena de suministro comprenden todas las operaciones necesarias para que nuestras láminas de bambú lleguen a los clientes en Miami. Esto abarca los procesos de transporte, almacenamiento y distribución, asegurando que los productos estén disponibles para el consumidor final. El objetivo principal es proporcionar el producto deseado en el momento adecuado, en la cantidad precisa, en el mejor punto de venta y hacerlo de manera eficiente en términos de tiempo y costo.

Los canales de distribución son el medio a través del cual entregamos nuestras láminas de bambú a los clientes finales. En el contexto del modelo de negocio Canvas, estos canales se enfocan en cómo nuestra propuesta de valor llega a los clientes o segmentos de mercado específicos. Esto puede incluir medios electrónicos como redes sociales, sitios web y campañas publicitarias, así como métodos de transporte directo tradicionales.

Para Versa Construcciones S.A., los canales de distribución representan el trayecto que recorren nuestras láminas de bambú desde su producción hasta llegar a los consumidores en Miami. Hay diversas maneras de adquirir un producto o servicio, siendo el uso de intermediarios la más común. Esto responde a la necesidad de determinar cómo alcanzaremos a los prospectos de venta,

asegurando que nuestras láminas de bambú sean accesibles y estén disponibles para nuestros clientes en el mercado objetivo.

### ***2.1.2. Precios Y Márgenes De Ganancia En Cada Eslabón Cadena De Distribución***

El costo de producción será tomado en base a todos los procesos que pasa la materia prima para llegar al producto terminado de exportación, Versa Construcciones S.A. ofrecerá láminas de bambú preservado en dos presentaciones: Flameado y Natural. Versa Construcciones S.A. ofrece láminas de bambú preservado, el precio final para los consumidores es de \$3,44 cada lámina mide 600 centímetros de largo, 5 centímetros de ancho, 0.6 centímetros de espesor y con un peso de 3.5274 libras (1.6 Kg). Nuestro producto está basado en Guadua Rolliza (*Angustifolia Kunth*, Tipo Macana), conocida por su durabilidad y sostenibilidad. El proceso de preservación, que utiliza bórax y ácido bórico, garantiza la resistencia del bambú a plagas, hongos y condiciones climáticas adversas, asegurando una larga vida útil.

Los costos de producción diarios incluyen \$1,375.00 en materia prima (cañas rollizas), \$271.32 en energía eléctrica, \$17.78 en agua potable, \$3.33 en sales para preservación (ácido bórico y bórax), \$0.03 en precintos, y \$55.00 en mano de obra, totalizando \$1,722.46 en costos variables. Esto resulta en un costo unitario de \$1.72 por lámina de bambú producida. Con una utilidad del 100%, el precio de venta se fija en \$3.44 por lámina, asegurando que cada unidad vendida cubra los costos de producción y genere un margen de ganancia atractivo.

Este modelo de precios asegura que cada eslabón de la cadena de distribución obtenga un margen de ganancia atractivo, incentivando la participación y colaboración de todos los actores involucrados en el proceso, desde la producción hasta la venta al detalle. Este esquema permite mantener la eficiencia y la rentabilidad en cada etapa, asegurando una distribución fluida y justa de los beneficios.

Versa Construcciones S.A. ha establecido una cadena de distribución que permite ofrecer láminas de bambú preservado de alta calidad en el mercado de Miami. Cada eslabón de la cadena—productores, distribuidores y minoristas—obtiene un margen de ganancia justo y sostenible, asegurando la viabilidad económica del negocio y la competitividad en el mercado. Esta estructura de precios garantiza que el producto final llegue al consumidor con un valor agregado significativo, cumpliendo con los estándares de calidad y sostenibilidad que caracterizan a nuestra empresa.

### ***2.1.3. Mix De Importación***

En la actualidad, en un contexto globalizado como el nuestro, las relaciones económicas entre países desempeñan un papel fundamental en el comercio internacional. Este involucra la compraventa o intercambio de bienes y servicios más allá de las fronteras nacionales, facilitando así las transacciones comerciales entre distintos países. El comercio exterior, por su parte, se refiere específicamente a las transacciones de intercambio de bienes y servicios que realiza un país con otras naciones, tanto en términos de exportaciones como de importaciones. El objetivo principal del comercio exterior es satisfacer la demanda

de bienes y servicios que no pueden ser producidos localmente o que se requieren en cantidades insuficientes. Las importaciones, como parte integral del comercio exterior, permiten a los agentes económicos acceder a productos que no están disponibles localmente o que ofrecen ventajas en términos de precio y calidad, beneficiando tanto a empresarios como a consumidores.

## **2.2. Relaciones Con Los Clientes**

Comprender las necesidades de los clientes es esencial para satisfacer las demandas de un segmento de mercado específico. El marketing juega un papel crucial al identificar estas necesidades a partir de estados percibidos de carencia, utilizando la pirámide de Maslow como marco para entender qué motiva el comportamiento humano y las decisiones de compra. En la última década, la gestión de relaciones con los clientes (CRM) ha adquirido una relevancia significativa, aunque persiste cierta confusión en la literatura y la gestión empresarial sobre su distinción del marketing relacional. La fidelización de los clientes se considera vital para alcanzar una ventaja competitiva en un entorno dinámico y competitivo, basándose en la actitud y el comportamiento del cliente. La lealtad del cliente implica un compromiso continuo con una organización, respaldando sus productos y servicios a lo largo del tiempo, incluso frente a nuevas ofertas y competidores. Para lograr esta fidelización, es crucial cumplir consistentemente con las promesas de valor ofrecidas, superando las expectativas del cliente a través de una combinación integral de productos, servicio, información y experiencia. Esto no solo asegura la satisfacción del cliente, sino que también promueve relaciones duraderas basadas en empatía, actitud positiva, apoyo excepcional y confianza mutua.

### **2.2.1. Mix Promocional: Publicidad, Medios Interactivos, Redes Sociales, Ferias, Etc.**

El mix promocional también conocido como mezcla de comunicaciones del Marketing, se basa en la mezcla específica de publicidad, relaciones públicas, venta personal, promoción de ventas y herramientas de marketing directo, considerada como una caja de herramientas para informar a los clientes por medio de la persuasión, esta promoción que es una mezcla de materiales de promoción aumenta el valor para el cliente y por ende genera relaciones con ellos.

- **Publicidad:** Es el conjunto de técnicas y acuerdos con proveedores que tienen como fin el posicionamiento directo del producto en un soporte promocional, la empresa anunciante debe pagar una determinada cantidad por esta, la publicidad además informa y convence a los consumidores de la adquisición de la marca, y se define como cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.
- **Medios interactivos:** Son los recursos digitales que permiten a los usuarios interactuar con otras personas o con el medio como tal. Son fines específicos como la comunicación entre beneficiarios, ciudadanos y servidores públicos, con el propósito de entretener, informar y educar; es la acción que se realiza mediante el internet. La palabra interactivos, hace referencia al método que un individuo puede utilizar para navegar y elegir contenidos que pueden ser un texto, gráficos, audios,

videos e inclusive una combinación de ellos. Los medios interactivos tienen una serie de beneficios que son:

- **Ahorro de tiempo:** El mercado integral varía constantemente u avanza; por ellos, todos los movimientos que allí se originan, se identifican por necesitar una reacción o solución precisa y rápida.
- **Desarrollo del mercado:** La comunicación tecnológica ha permitido que los medios interactivos puedan entrar en mercados locales, regionales, nacionales y mundiales.
- **Cómodo acceso:** Sólo se necesita un computador con conexión a internet, lo cual permite desde cualquier lugar, el envío o la obtención de la información que se necesite, las 24 horas del día y los 365 días del año.
- **Son económicos:** Publicar un mensaje por medio de una red, valiéndose de los recursos interactivos, resulta menos costoso que difundirlo a través de los medios de comunicación habituales.
- **Mejor conocimiento sobre el cliente:** Utilizando la elaboración de bases de datos, se puede conseguir y registrar información muy útil, para poder examinar la conducta de las personas.
- **Redes Sociales:** Se trata de un “lugar en internet” donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos

desconocidos. Sus beneficios en el ámbito empresarial son sobre todo que el nuevo modelo de comunicaciones del marketing: los vertiginosos avances en la tecnología de las comunicaciones están causando cambios notables en las formas en que las empresas y los clientes se comunican entre sí.

- **Ferias:** Las Ferias son un fenómeno económico surgido durante la Baja Edad Media en Europa Occidental, estas deben encajar con las metas de la empresa, su difusión debe garantizar la presencia del público objetivo, la empresa debe contar con una planificación de corto, mediano y largo plazo, en la actualidad son una importante práctica comercial y un poderoso instrumento para el desarrollo empresarial. Las ferias se dividen en: ferias regionales, internacionales y van de acuerdo según el tipo de actividad. Las exhibiciones pueden estar dirigidas a productores, distribuidores, o a consumidores finales. En los últimos años muchas ferias están destinadas a revendedores en donde se invita a participar al público en general.

### ***2.2.2. Pre-Servicio Y Post Servicio***

Para minimizar los riesgos asociados a las ventas, se recomienda implementar estrategias efectivas a través de métodos como el correo electrónico, cuestionarios, entrevistas y encuestas telefónicas a lo largo de las fases de preventa, venta y posventa. Es fundamental identificar y segmentar adecuadamente el público objetivo mediante una base de datos que incluya clientes actuales, evaluando sus necesidades inmediatas y la capacidad del

servicio o producto para satisfacerlas. Durante la preventa, se debe enfocar en orientar al cliente sobre el catálogo de servicios o productos disponibles, utilizando diversos canales de comunicación para gestionar las expectativas del cliente y proporcionar información clara sobre la propuesta de valor ofrecida. El servicio posventa juega un papel crucial al ofrecer garantías y valor adicional para fortalecer las relaciones con los clientes y fomentar la fidelización a largo plazo

### ***2.2.3. Modelo De Relacionamento Con Los Clientes A Largo Plazo***

Una vez definido nuestro segmento de clientes y la propuesta de valor que ofrecemos, procedemos a establecer un sistema de gestión de relaciones con los clientes que detalla la naturaleza de la interacción con los consumidores de nuestros productos. Este sistema contempla cómo adquirir, retener y expandir nuestra base de clientes. Las relaciones pueden ser directas o indirectas, centradas en transacciones puntuales o en relaciones a largo plazo. La personalización de la relación puede variar desde interacciones automatizadas hasta un contacto personalizado mediante un representante específico al momento de adquirir la propuesta de valor. Además, se establece un ciclo de vida de la relación que incluye estrategias de adquisición para obtener nuevos clientes, estrategias de retención para mantener a los clientes actuales, y estrategias cruzadas para aumentar las ganancias con clientes existentes.

### **2.3. Alianzas Claves**

Para establecer alianzas estratégicas en Versa Construcciones S.A., es crucial buscar colaboraciones con fabricantes y proveedores de materiales de construcción especializados en productos como láminas de bambú preservado.

Estas alianzas no solo fortalecen nuestras áreas de debilidad, sino que también nos permiten competir efectivamente en nuestro mercado objetivo. Reconocemos que ninguna empresa puede operar de manera aislada; por lo tanto, el fortalecimiento a través de alianzas estratégicas es fundamental para nuestro desarrollo.

El diseño de un sistema de aliados clave comienza con la identificación de socios cuyos objetivos y capacidades complementen los nuestros. Las razones para buscar estas alianzas incluyen ampliar nuestra presencia en el mercado, complementar nuestra oferta de productos, reducir costos, aprovechar fortalezas especializadas, y aumentar nuestra competitividad. Es esencial determinar qué recursos o actividades clave podemos obtener de cada aliado, alineándolos con nuestro modelo de negocio y estrategia.

Las formas de alianzas pueden incluir convenios firmados, licencias, franquicias, Joint Ventures, participación accionaria, fusiones o clústeres. El objetivo final es fortalecer nuestro negocio, potenciar nuestras fortalezas, compensar nuestras debilidades, implementar nuevas estrategias de venta, reducir costos y abrirnos paso en nuevos mercados. Estas colaboraciones nos permitirán responder de manera ágil a cambios en la demanda y alcanzar mayores niveles de éxito y rentabilidad en el mercado de la construcción y comercialización de productos de bambú preservado.

### ***2.3.1. Alianzas Con Proveedores***

Para establecer alianzas estratégicas con proveedores en Versa Construcciones S.A., es fundamental buscar colaboraciones con empresas

especializadas en la producción y suministro de materiales de construcción sostenibles y de alta calidad, como las láminas de bambú preservado que ofrecemos. Estas alianzas no solo fortalecerán nuestra cadena de suministro, sino que también nos permitirán garantizar la disponibilidad constante de productos que cumplan con nuestros estándares de calidad y sostenibilidad.

Nuestro enfoque en las alianzas con proveedores se centra en varios objetivos estratégicos. Primero, buscamos asegurar la continuidad y fiabilidad del suministro de materias primas clave. Segundo, deseamos optimizar costos y eficiencias operativas mediante acuerdos comerciales mutuamente beneficiosos. Tercero, aspiramos a fomentar la innovación conjunta para desarrollar nuevos productos o mejorar los existentes, adaptados a las necesidades específicas de nuestros clientes y del mercado.

Al establecer estas alianzas, buscamos socios que compartan nuestros valores de sostenibilidad, calidad y compromiso con el servicio al cliente. Además, exploramos diversas modalidades de colaboración, como acuerdos de suministro a largo plazo, desarrollo conjunto de productos, intercambio tecnológico o mejoras en procesos de producción.

### ***2.3.2. Alianzas Con Distribuidores***

Para Versa Construcciones S.A., establecer alianzas estratégicas con distribuidores es crucial para expandir nuestro alcance en el mercado y asegurar una distribución eficiente y efectiva de nuestras láminas de bambú preservado. Buscamos colaborar con distribuidores que compartan nuestra visión de ofrecer

productos de alta calidad y sostenibles a nuestros clientes en Miami y otras áreas clave.

Nuestro enfoque en estas alianzas se centra en varios objetivos estratégicos. En primer lugar, deseamos ampliar nuestra presencia en nuevos mercados y segmentos de clientes mediante la red de distribución de nuestros socios. Segundo, aspiramos a mejorar la visibilidad de nuestros productos y fortalecer nuestra marca a través de estrategias de marketing y promoción conjuntas con nuestros distribuidores. Tercero, buscamos optimizar la logística y la gestión de inventarios para asegurar una entrega oportuna y eficiente a nuestros clientes finales.

Al establecer estas alianzas, valoramos la confiabilidad, el compromiso con la calidad del servicio y la capacidad de nuestros distribuidores para representar adecuadamente nuestros productos en el mercado. Exploramos modalidades de colaboración que incluyen acuerdos de distribución exclusiva o preferente, soporte en marketing y capacitación, y la posibilidad de desarrollar estrategias personalizadas para satisfacer las necesidades específicas de cada mercado local.

En conclusión, las alianzas con distribuidores son fundamentales para expandir nuestro negocio, mejorar la disponibilidad y accesibilidad de nuestros productos, y fortalecer nuestra posición competitiva en el mercado de la construcción sostenible en Miami y más allá.

### **2.3.3. Alianzas Con La Competencia**

Reconocer la importancia de las alianzas estratégicas con la competencia es fundamental para fomentar la innovación, mejorar la eficiencia operativa y fortalecer nuestra posición en el mercado de láminas de bambú preservado. Estas alianzas no solo permiten compartir conocimientos y recursos, sino también explorar oportunidades colaborativas que beneficien a ambas partes y al mercado en general.

Nos orientamos hacia alianzas competitivas que promuevan la investigación y el desarrollo conjunto de nuevas tecnologías y productos sostenibles. Buscamos colaboraciones que impulsen la calidad y la diferenciación de nuestros productos, a través de la optimización de procesos y la reducción de costos operativos compartidos.

Al establecer estas alianzas, reconocemos la importancia de una competencia sana y ética que fomente la innovación continua y la mejora del mercado. Valoramos la posibilidad de establecer acuerdos de colaboración en áreas específicas como la mejora de estándares de calidad, la expansión de la oferta de productos y la exploración de nuevos mercados internacionales. En resumen, nuestras alianzas con la competencia están diseñadas para fortalecer nuestra posición en el mercado, impulsar la innovación y la sostenibilidad, y ofrecer productos de alta calidad que satisfagan las demandas de nuestros clientes en el sector de la construcción sostenible.

## **Capítulo 3. Recursos, Actividades Y Costes**

### **3.1. Recursos**

#### ***3.1.1. Abastecimiento Del producto.***

Versa Construcciones S.A. asegura un abastecimiento estratégico de bambú preservado desde Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador, reconocido por su producción de *Guadua Angustifolia*. Este tipo de bambú se destaca por su durabilidad y sostenibilidad, fundamentales para nuestros productos de construcción y decoración. El proceso de preservación utilizando bórax y ácido bórico garantiza la resistencia del bambú ante plagas y condiciones climáticas adversas, asegurando una larga vida útil y cumpliendo con nuestros estándares de calidad. Nuestro compromiso con proveedores locales no solo fortalece la economía regional, sino que también asegura un suministro constante y confiable que respalda la producción continua de nuestros artículos.

Para optimizar la logística y cumplir con la demanda, hemos establecido acuerdos estratégicos que nos permiten recibir envíos regulares de bambú durante todo el año. Esto incluye la coordinación detallada de tiempos de entrega y la implementación de prácticas logísticas eficientes desde Santo Domingo de los Tsáchilas hasta nuestras instalaciones de producción. Este enfoque no solo garantiza la disponibilidad oportuna del material, sino que también nos posiciona para responder ágilmente a las fluctuaciones del mercado y satisfacer las necesidades específicas de nuestros clientes en el sector de la construcción y decoración en Ecuador y más allá.

### **3.1.2. Abastecimiento De Insumos**

Versa Construcciones S.A. asegura un robusto sistema de abastecimiento de insumos para su operación industrial. Nuestra red de proveedores estratégicos, tanto locales como internacionales, nos permite garantizar la disponibilidad y calidad de los materiales necesarios para mantener nuestra producción eficiente y competitiva en el mercado. Además, mantenemos relaciones estables con proveedores nacionales para asegurar un suministro constante de recursos adicionales y apoyar así nuestras operaciones diarias de fabricación y construcción en Ecuador.

### **3.1.3. Abastecimiento De Máquinas, Equipos, Tecnología**

Versa Construcciones S.A. se beneficia de acuerdos comerciales estratégicos que facilitan el acceso a una amplia variedad de máquinas, equipos y tecnologías de calidad a costos competitivos. Ecuador, gracias a sus acuerdos comerciales, ofrece un entorno propicio para importar equipos especializados y tecnologías avanzadas necesarias para nuestras operaciones.

Para asegurar un ambiente de trabajo óptimo que reduzca el estrés de nuestros colaboradores, es crucial emplear equipos electrónicos que garanticen un ambiente climatizado adecuado.

Estos acuerdos nos permiten estar al día con las últimas innovaciones y soluciones tecnológicas disponibles en el mercado internacional, asegurando así la eficiencia y calidad en nuestros procesos productivos y de construcción en el país. Contar con acceso fluido a estos recursos es esencial para el funcionamiento

óptimo de la empresa, ya que nos permite ofrecer servicios y productos de alta calidad que cumplen con los estándares exigidos a nivel nacional e internacional.

#### **3.1.4. Abastecimiento De Mano De Obra**

La empresa tiene como objetivos corporativos la compra en el exterior y venta en el mercado local de los accesorios de celulares de modo que al ser un producto terminado no se requiere de mano de obra porque no habrá incidencia ni transformación de este.

#### **3.1.5. Abastecimiento Personal Administrativo Y Directivo**

Versa Construcciones S.A. se compromete a utilizar mano de obra local de El Cerezo, Rocafuerte, Manabí, para asegurar un impacto positivo en la comunidad y promover el desarrollo económico local. Nuestra empresa valora el talento y la experiencia de los trabajadores locales, quienes no solo aportan conocimientos específicos del área, sino también un compromiso arraigado con la calidad y el éxito de nuestros proyectos. La decisión de emplear mano de obra local no solo fortalece los lazos con la comunidad, sino que también contribuye a la creación de empleo y el desarrollo sostenible de la región.

#### **3.1.6. Fuentes De Financiamiento De Las Inversiones Requeridas**

Para llevar a cabo el presente proyecto de inversión se ha requerido de la inversión de algunos accionistas que darán un financiamiento de 78,56% de la totalidad, son tres accionistas involucradas en el negocio y el porcentaje de aportación será de forma igualitaria de cada uno, cada uno de ellos estableció sus porcentajes de ganancias que estiman tener como se muestra a continuación:

PLAN DE FINANCIAMIENTO DETALLADO			
ACTIVOS	DEUDA	CAPITAL PROPIO	TOTAL
<b>FIJOS</b>			
(+) Mobiliario		\$ 2.795,00	\$ 2.795,00
(+) Equipo de oficina		\$ 1.839,48	\$ 1.839,48
(+) Equipos de computo		\$ 11.509,98	\$ 11.509,98
(+) Edificio		\$ 65.000,00	\$ 65.000,00
(+) Maquinaria		\$ 76.700,00	\$ 76.700,00
(+) Vehiculos		\$ 55.000,00	\$ 55.000,00
<b>DIFERIDOS</b>			
(+) Estudio de Mercado		\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
(+) Gastos de Constitución		\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
Capital de Trabajo Preoperacional	\$ 60.002,64	\$ -	\$ 60.002,64
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 60.002,64</b>	<b>\$ 219.844,46</b>	<b>\$ 279.847,10</b>

En relación el otro 21,44% faltante se financiará con préstamo bancario en la entidad bancaria la Banecuador; cobrarán una tasa impositiva nominal como se muestra en los siguientes datos:

				
<b>TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO</b>				
Inversión	\$	60.002,64		
Tasa		11,88%		
Periodo		5		
Pago	-\$	16.595,86		
<b>AMORTIZACION SISTEMA FRANCÉS</b>				
PERÍODO	SALDO	INTERÉS	CAPITAL	PAGO
0	\$ 60.002,64	-	-	-
1	\$ 50.535,10	(\$7.128,31)	\$ (9.467,55)	-\$ 16.595,86
2	\$ 39.942,80	(\$6.003,57)	\$ (10.592,29)	-\$ 16.595,86
3	\$ 28.092,14	(\$4.745,20)	\$ (11.850,66)	-\$ 16.595,86
4	\$ 14.833,63	(\$3.337,35)	\$ (13.258,52)	-\$ 16.595,86
5	\$ -	(\$1.762,23)	\$ (14.833,63)	-\$ 16.595,86
<b>TOTALES</b>		<b>\$ (22.976,67)</b>	<b>\$ (60.002,64)</b>	<b>-\$ 82.979,31</b>

### 3.2. Actividades

#### 3.2.1. Actividades Claves

Infraestructura:

- Buscar y adquirir el terreno.
- Construir y adecuar el área para los diferentes departamentos y sus procesos.
- Instalar equipos de oficinas y de telecomunicaciones y redes de redes.

#### Compras:

- Buscar proveedores en el mercado de origen y hacer contratos de estabilidad.
- Asegurarse de que la mercadería llegue con la mejor condición a las instalaciones.

#### Ventas:

- Buscar acreedores para las ventas mayoristas en el mercado nacional.
- Hacer ventas minoristas en el mercado local.
- Atender y hacer ventas en el mercado electrónico.

#### Marketing:

- Hacer publicidad en buscadores y navegadores web.
- Generar opciones de compras fáciles en la página web de la empresa.
- Dar mantenimiento a los hosting y dominios contratados.

#### Solución de problemas:

- Dar atención inmediata y personalizada a las llamadas de los clientes.
- Fomentar el trabajo en equipo dentro de la empresa con unos buenos canales de información.

### **3.2.2. Organigrama**

Para Versa Construcciones S.A. es importante que se conozca la estructura organizacional que define las funciones y vinculaciones de manera jerarquizada de la empresa.

### **3.2.3. Manual De Funciones**

Para el proceso de selección hemos designado llevar a cabo una serie de fases que culminan con la contratación del recurso humano.

#### **1. Gerencia - Gerente**

**Objetivo del Cargo:** Dirigir, planificar y supervisar todas las operaciones de la empresa, asegurando que se cumplan los objetivos estratégicos, financieros y de crecimiento.

**Responsabilidades:** Definir y ejecutar la estrategia general de la empresa, supervisar las operaciones diarias y tomar decisiones clave, gestionar los recursos financieros, humanos y materiales de la empresa, representar a la empresa en negociaciones y reuniones con clientes, proveedores y otras partes interesadas, evaluar el desempeño de la empresa y realizar ajustes en la estrategia según sea necesario, coordinar con otros departamentos para asegurar

la alineación con los objetivos estratégicos e informar a la junta directiva sobre el progreso y los desafíos de la empresa.

## **2. Área Administrativa - Contador**

**Objetivo del Cargo:** Gestionar y controlar todas las operaciones contables de la empresa, garantizando la exactitud de los registros financieros y el cumplimiento de las normativas legales.

Responsabilidades:

- Registrar y verificar todas las transacciones financieras de la empresa.
- Preparar estados financieros, balances y reportes contables periódicos.
- Gestionar las cuentas por cobrar y por pagar, asegurando la correcta administración del flujo de caja.
- Realizar conciliaciones bancarias y gestionar la contabilidad de costos.
- Cumplir con las obligaciones fiscales de la empresa, incluyendo la preparación y presentación de declaraciones de impuestos.
- Coordinar y colaborar en auditorías internas y externas.
- Asesorar a la gerencia sobre asuntos financieros y fiscales.

### **3. Área de Marketing y Publicidad - Diseñador**

**Objetivo del Cargo:** Desarrollar y ejecutar diseños creativos para las campañas de marketing y publicidad de la empresa, alineados con la identidad de la marca y los objetivos comerciales.

Responsabilidades:

- Crear y diseñar materiales visuales para campañas publicitarias, redes sociales, sitios web y otros medios.
- Colaborar con el equipo de marketing para desarrollar conceptos creativos que impulsen la marca.
- Mantener y actualizar la identidad visual de la empresa en todos los materiales de comunicación.
- Realizar retoques, ajustes y mejoras a los diseños existentes.
- Asegurar que todos los diseños cumplan con los estándares de calidad y sean entregados dentro de los plazos establecidos.
- Participar en reuniones de planificación para comprender los objetivos y necesidades de cada campaña.
- Mantenerse actualizado sobre las tendencias de diseño y herramientas tecnológicas.

### **4. Dpto. Comercio Exterior - Analista de Exportación**

**Objetivo del Cargo:** Gestionar y coordinar los procesos de exportación de la empresa, asegurando el cumplimiento de las normativas internacionales y la eficiencia en la logística.

Responsabilidades:

- Coordinar y supervisar todas las actividades relacionadas con la exportación de productos.
- Asegurar que los envíos cumplan con las normativas aduaneras y comerciales internacionales.
- Gestionar la documentación necesaria para la exportación, incluyendo facturas comerciales, certificados de origen, y otros documentos requeridos.
- Colaborar con agentes de aduanas, transportistas y clientes internacionales para asegurar entregas puntuales.
- Monitorear los costos asociados con la exportación y buscar oportunidades para optimizar la cadena de suministro.
- Mantenerse actualizado sobre cambios en las normativas de comercio internacional.
- Asesorar a la gerencia sobre oportunidades y desafíos en mercados internacionales.

### 3.3. Costes

#### 3.3.1. Plan De Inversiones

##### 3.3.1.1. Flujo De Depreciaciones, Amortizaciones Y Valor De

##### Salvamento.



PROGRAMA DE DEPRECIACION, AMORTIZACION Y VALOR DE SALVAMIENTO									
INVERSIONES	VALOR A DEPRECIAR	OPERACION					TOTAL DEPRECIACION	VALOR EN LIBRO	VALOR RESIDUAL 10%
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5			
(+) DEPRECIACION INVERSIONES FIJAS									
(+) Mobiliario	\$ 2.515,50	\$ 251,55	\$ 279,50	\$ 279,50	\$ 279,50	\$ 279,50	\$ 1.369,55	\$ 1.425,45	\$ 279,50
(+) Equipo de oficina	\$ 1.655,53	\$ 165,55	\$ 183,95	\$ 183,95	\$ 183,95	\$ 183,95	\$ 901,35	\$ 938,13	\$ 183,95
(+) Equipos de computo	\$ 10.358,98	\$ 3.452,99	\$ 3.836,66	\$ 3.836,66	\$ -	\$ -	\$ 11.126,31	\$ 383,67	\$ 1.151,00
(+) Edificio	\$ 58.500,00	\$ 2.925,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 15.925,00	\$ 49.075,00	\$ 6.500,00
(+) Maquinaria	\$ 69.030,00	\$ 6.903,00	\$ 7.670,00	\$ 7.670,00	\$ 7.670,00	\$ 7.670,00	\$ 37.583,00	\$ 39.117,00	\$ 7.670,00
(+) Vehiculos	\$ 49.500,00	\$ 9.900,00	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	\$ 53.900,00	\$ 1.100,00	\$ 5.500,00
<b>= Total Depreciación</b>	<b>\$ 191.560,01</b>	<b>\$ 23.598,10</b>	<b>\$ 26.220,11</b>	<b>\$ 26.220,11</b>	<b>\$ 22.383,45</b>	<b>\$ 22.383,45</b>	<b>\$ 120.805,21</b>	<b>\$ 92.039,25</b>	<b>\$ 21.284,45</b>
<b>AMORTIZACIÓN INVERSIONES DIFERIDAS</b>									
(+) Costos y estudios del proyecto		\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 3.500	\$ -	\$ -
(+) Gastos de constitucion		\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 3.500	\$ -	\$ -
<b>= Total Amortización</b>		<b>\$ 1.400</b>	<b>\$ 7.000</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>				
<b>= TOTAL DEPRECIACION+AMORTIZACION</b>		<b>\$ 24.998</b>	<b>\$ 27.620</b>	<b>\$ 27.620</b>	<b>\$ 23.783</b>	<b>\$ 23.783</b>	<b>\$ 127.805</b>	<b>\$ 92.039</b>	<b>\$ 21.284,45</b>

#### 3.3.2. Plan De Financiamiento

##### 3.3.2.1. Tabla De Amortización.

El 21,44% de la inversión se hará con dineros de terceros, asciende a \$60.002,64 USD en este caso de la institución financiera Banecuador con un plazo de sesenta meses a una tasa nominal, de 11,88% anual con pagos mensuales de \$1.331,09 USD.

TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO					
Inversión	\$	60.003			
Tasa		11,9%	12		
Periodo		5	12		
Pago	-\$	1.331,09			
AMORTIZACION SISTEMA FRANCÉS					
PERÍODO		SALDO	INTERÉS	CAPITAL	PAGO
	\$	60.003			
1	\$	59.265,58	(\$594,03)	(\$737,06)	(\$1.331,09)
2	\$	58.521,22	(\$586,73)	(\$744,36)	(\$1.331,09)
3	\$	57.769,49	(\$579,36)	(\$751,73)	(\$1.331,09)
4	\$	57.010,32	(\$571,92)	(\$759,17)	(\$1.331,09)
5	\$	56.243,63	(\$564,40)	(\$766,69)	(\$1.331,09)
6	\$	55.469,35	(\$556,81)	(\$774,28)	(\$1.331,09)
7	\$	54.687,41	(\$549,15)	(\$781,94)	(\$1.331,09)
8	\$	53.897,72	(\$541,41)	(\$789,68)	(\$1.331,09)
9	\$	53.100,22	(\$533,59)	(\$797,50)	(\$1.331,09)
10	\$	52.294,82	(\$525,69)	(\$805,40)	(\$1.331,09)
11	\$	51.481,45	(\$517,72)	(\$813,37)	(\$1.331,09)
12	\$	50.660,03	(\$509,67)	(\$821,42)	(\$1.331,09)
13	\$	49.830,47	(\$501,53)	(\$829,56)	(\$1.331,09)
14	\$	48.992,70	(\$493,32)	(\$837,77)	(\$1.331,09)
15	\$	48.146,64	(\$485,03)	(\$846,06)	(\$1.331,09)
16	\$	47.292,20	(\$476,65)	(\$854,44)	(\$1.331,09)
17	\$	46.429,31	(\$468,19)	(\$862,90)	(\$1.331,09)
18	\$	45.557,87	(\$459,65)	(\$871,44)	(\$1.331,09)
19	\$	44.677,80	(\$451,02)	(\$880,07)	(\$1.331,09)
20	\$	43.789,02	(\$442,31)	(\$888,78)	(\$1.331,09)
21	\$	42.891,44	(\$433,51)	(\$897,58)	(\$1.331,09)
22	\$	41.984,98	(\$424,63)	(\$906,46)	(\$1.331,09)
23	\$	41.069,54	(\$415,65)	(\$915,44)	(\$1.331,09)
24	\$	40.145,04	(\$406,59)	(\$924,50)	(\$1.331,09)
25	\$	39.211,38	(\$397,44)	(\$933,65)	(\$1.331,09)
26	\$	38.268,49	(\$388,19)	(\$942,90)	(\$1.331,09)
27	\$	37.316,25	(\$378,86)	(\$952,23)	(\$1.331,09)
28	\$	36.354,59	(\$369,43)	(\$961,66)	(\$1.331,09)
29	\$	35.383,41	(\$359,91)	(\$971,18)	(\$1.331,09)
30	\$	34.402,62	(\$350,30)	(\$980,79)	(\$1.331,09)
31	\$	33.412,12	(\$340,59)	(\$990,50)	(\$1.331,09)
32	\$	32.411,81	(\$330,78)	(\$1.000,31)	(\$1.331,09)
33	\$	31.401,59	(\$320,88)	(\$1.010,21)	(\$1.331,09)
34	\$	30.381,38	(\$310,88)	(\$1.020,21)	(\$1.331,09)
35	\$	29.351,07	(\$300,78)	(\$1.030,31)	(\$1.331,09)
36	\$	28.310,55	(\$290,58)	(\$1.040,51)	(\$1.331,09)

37	\$	27.259,74	(\$280,27)	(\$1.050,82)	(\$1.331,09)
38	\$	26.198,52	(\$269,87)	(\$1.061,22)	(\$1.331,09)
39	\$	25.126,79	(\$259,37)	(\$1.071,72)	(\$1.331,09)
40	\$	24.044,46	(\$248,76)	(\$1.082,33)	(\$1.331,09)
41	\$	22.951,41	(\$238,04)	(\$1.093,05)	(\$1.331,09)
42	\$	21.847,54	(\$227,22)	(\$1.103,87)	(\$1.331,09)
43	\$	20.732,74	(\$216,29)	(\$1.114,80)	(\$1.331,09)
44	\$	19.606,90	(\$205,25)	(\$1.125,84)	(\$1.331,09)
45	\$	18.469,92	(\$194,11)	(\$1.136,98)	(\$1.331,09)
46	\$	17.321,68	(\$182,85)	(\$1.148,24)	(\$1.331,09)
47	\$	16.162,08	(\$171,48)	(\$1.159,61)	(\$1.331,09)
48	\$	14.990,99	(\$160,00)	(\$1.171,09)	(\$1.331,09)
49	\$	13.808,31	(\$148,41)	(\$1.182,68)	(\$1.331,09)
50	\$	12.613,92	(\$136,70)	(\$1.194,39)	(\$1.331,09)
51	\$	11.407,71	(\$124,88)	(\$1.206,21)	(\$1.331,09)
52	\$	10.189,56	(\$112,94)	(\$1.218,15)	(\$1.331,09)
53	\$	8.959,34	(\$100,88)	(\$1.230,21)	(\$1.331,09)
54	\$	7.716,95	(\$88,70)	(\$1.242,39)	(\$1.331,09)
55	\$	6.462,26	(\$76,40)	(\$1.254,69)	(\$1.331,09)
56	\$	5.195,15	(\$63,98)	(\$1.267,11)	(\$1.331,09)
57	\$	3.915,49	(\$51,43)	(\$1.279,66)	(\$1.331,09)
58	\$	2.623,16	(\$38,76)	(\$1.292,33)	(\$1.331,09)
59	\$	1.318,04	(\$25,97)	(\$1.305,12)	(\$1.331,09)
60	\$	(0,00)	(\$13,05)	(\$1.318,04)	(\$1.331,09)
<b>TOTALES</b>			<b>(\$19.862,75)</b>	<b>(\$60.002,64)</b>	<b>(\$79.865,40)</b>

### 3.3.3. Proyección De Costos De venta:

La proyección de costos de venta para nuestras láminas de bambú ha sido cuidadosamente calculada, y nos complace anunciar que el precio unitario de comercialización será de \$3,44. Este valor refleja nuestro compromiso con la calidad y sostenibilidad, ofreciendo un producto decorativo excepcional a un precio competitivo en el mercado.

PRODUCCIÓN DIARIA					
Materia Prima	Cañas Rollizas (Unidades)	250	\$	5,50	\$ 1.375,00
Energía Eléctrica	kW	2856	\$	0,095	\$ 271,32
Agua Potable	Litros	10000	\$	0,32	\$ 17,78
Sales (Ácido Borico y Bórax)	Kg	416,67	\$	1,44	\$ 3,33
Precintos	Unidades	1000	\$	25,00	\$ 0,03
Mano de Obra	Empleados	3	\$	18,33	\$ 55,00
<b>Costos Variables Totales Diarios</b>					<b>\$ 1.722,46</b>
<b>Costos Variables Unitario</b>					<b>\$ 1,72</b>
<b>Utilidad</b>					<b>100%</b>
<b>Precio de Venta</b>					<b>\$ 3,44</b>
<b>Costos Variables Totales Anuales</b>					<b>\$ 413.389,47</b>

### 3.3.4. Proyección De Gastos De Operación

El proyecto necesita de los siguientes rubros proyectados para su funcionamiento mismos que son considerados gastos en operación que reducen la utilidad bruta:

Saldos Administrativos													
Cargo	Sueldos	Déclimo tercero	Déclimo Cuarto	Incremento				# de Empleados	2%				
				IESS 11,15%	IECE-SECAP 1%	Vacaciones	Fondo de 8,33%		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerencia - Gerente	\$ 3.000,00	\$3.000,00	\$460,00	\$334,50	\$30,00	\$1.500,00	\$249,90	1	\$45.334,00	\$46.240,68	\$47.165,49	\$48.108,80	\$48.070,98
Área Administrativa - Contador	\$ 850,00	\$850,00	\$460,00	\$94,78	\$8,50	\$425,00	\$70,81	1	\$13.174,30	\$13.437,79	\$13.706,54	\$13.980,67	\$14.260,29
Área de Marketing y Publicidad - Diseñador	\$ 850,00	\$850,00	\$460,00	\$94,78	\$8,50	\$425,00	\$70,81	1	\$13.174,30	\$13.437,79	\$13.706,54	\$13.980,67	\$14.260,29
Dpto. Comercio Exterior - Analista de Exportación	\$ 850,00	\$850,00	\$460,00	\$94,78	\$8,50	\$425,00	\$70,81	1	\$13.174,30	\$13.437,79	\$13.706,54	\$13.980,67	\$14.260,29
<b>Total</b>									<b>\$84.856,90</b>	<b>\$86.554,04</b>	<b>\$88.285,12</b>	<b>\$90.050,82</b>	<b>\$91.851,84</b>

## Capítulo 4. Modelo De Ingresos Y Utilidades

### 4.1. Ingresos

#### 4.1.1. Proyección De Cantidades Vendidas



DETALLE	AÑOS OPERACIONALES				
	AÑO 1	Incremento del			3%
		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Capacidad instalada	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
(*) Programa de ventas (%)	100%	100%	100%	100%	100%
(=) Unidades vendidas	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
(*) Precio de venta	\$ 3,44	\$ 3,55	\$ 3,65	\$ 3,76	\$ 3,88
(=) Ingresos por venta	\$ 826.779	\$ 851.582	\$ 877.130	\$ 903.444	\$ 930.547

#### 4.1.3. Ingresos Proyectados



DETALLE	AÑOS OPERACIONALES				
	AÑO 1	Incremento del			3%
		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) Capacidad instalada	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
(*) Programa de ventas (%)	100%	100%	100%	100%	100%
(=) Unidades vendidas	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
(*) Precio de venta	\$ 3,44	\$ 3,55	\$ 3,65	\$ 3,76	\$ 3,88
(=) Ingresos por venta	\$ 826.779	\$ 851.582	\$ 877.130	\$ 903.444	\$ 930.547

### 4.2. Utilidades

#### 4.2.1. Estado De Resultados Proyectado

En esta sección se calcula la utilidad generada por el negocio en sus operaciones después de los ingresos. Primero, se restan los costos de ventas para obtener la utilidad bruta, de la cual se deben deducir todos los gastos

operativos necesarios para el negocio, pero que no están directamente relacionados con el producto, lo que reduce la utilidad bruta del producto. Luego, se descuentan los gastos financieros y el pago de impuestos para finalmente obtener la utilidad neta del ejercicio.

 <b>Versa Construcciones S.A.</b> <b>ESTADOS DE RESULTADOS</b> <b>ENERO DEL 2025</b>						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
					Incremento del	2%
Ingresos		\$ 826.778,93	\$ 851.582,30	\$ 877.129,77	\$ 903.443,66	\$ 930.546,97
Costo de Venta		\$ 413.389,47	\$ 421.657,26	\$ 430.090,40	\$ 438.692,21	\$ 447.466,05
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 413.389,47</b>	<b>\$ 429.925,05</b>	<b>\$ 447.039,37</b>	<b>\$ 464.751,45</b>	<b>\$ 483.080,92</b>
SSBB		\$ 5.574,00	\$ 5.685,48	\$ 5.799,19	\$ 5.915,17	\$ 6.033,48
Sueldo		\$ 84.856,90	\$ 86.554,04	\$ 88.285,12	\$ 90.050,82	\$ 91.851,84
Suministros de oficina		\$ 204,29	\$ 208,38	\$ 212,54	\$ 216,79	\$ 221,13
Suministros de limpieza		\$ 253,10	\$ 258,16	\$ 263,33	\$ 268,59	\$ 273,96
Publicidad		\$ 36.000,00	\$ 36.720,00	\$ 37.454,40	\$ 38.203,49	\$ 38.967,56
Gastos Varios		\$ 9.774,92	\$ 9.970,42	\$ 10.169,83	\$ 10.373,22	\$ 10.580,69
Depreciación		\$ 23.598,10	\$ 26.220,11	\$ 26.220,11	\$ 22.383,45	\$ 22.383,45
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>\$ 253.128,16</b>	<b>\$ 264.308,46</b>	<b>\$ 278.634,86</b>	<b>\$ 297.339,91</b>	<b>\$ 312.768,82</b>
Gasto Financiero		(\$6.630,46)	(\$5.458,09)	(\$4.138,59)	(\$2.653,52)	(\$982,09)
UAPTI		\$ 246.497,70	\$ 258.850,38	\$ 274.496,26	\$ 294.686,39	\$ 311.786,73
Part. Trab 15%		\$ 36.974,65	\$ 38.827,56	\$ 41.174,44	\$ 44.202,96	\$ 46.768,01
UAI		\$ 209.523,04	\$ 220.022,82	\$ 233.321,82	\$ 250.483,44	\$ 265.018,72
Imp. Renta - Sociedades 25%		\$ 52.380,76	\$ 55.005,70	\$ 58.330,46	\$ 62.620,86	\$ 66.254,68
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$ 157.142,28</b>	<b>\$ 165.017,11</b>	<b>\$ 174.991,37</b>	<b>\$ 187.862,58</b>	<b>\$ 198.764,04</b>

#### 4.2.2. Cash Flow Financiero

Para obtener los valores del flujo de caja se debe considerar la utilidad neta, depreciación, amortización, valor residual y el monto de la inversión así como se muestra en la siguiente gráfica:

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
					Incremento del	2%
Depreciación		\$ 23.598,10	\$ 26.220,11	\$ 26.220,11	\$ 22.383,45	\$ 22.383,45
Amortización		-\$ 9.342,62	-\$ 10.514,99	-\$ 11.834,49	-\$ 13.319,56	-\$ 14.990,99
Valor Residual						\$ 21.284,45
Inversión	\$ (279.847)					
<b>Flujo de Caja</b>	<b>\$ (279.847)</b>	<b>\$ 171.397,76</b>	<b>\$ 180.722,23</b>	<b>\$ 189.376,99</b>	<b>\$ 196.926,46</b>	<b>\$ 206.156,50</b>

### 4.2.3. Estado De Situación

Versa Construcciones S.A. es una empresa que recién comienza sus actividades de modo que su estado de situación inicial se resume en pocos activos equilibrados por deuda y capitales propios:

 <b>Versa Construcciones S.A.</b> <b>BALANCE GENERAL</b> <b>A enero del 2025</b>					
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>		
ACTIVOS CORRIENTES		\$ 60.002,64	PASIVOS NO CORRIENTES		\$ 60.002,64
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 60.002,64		Prestamo	\$ 60.002,64	
ACTIVOS FIJOS		\$ 16.144,46	<b>PATRIMONIO</b>		
(+) Mobiliario	\$ 2.795,00				\$ 219.844,46
(+) Equipo de oficina	\$ 1.839,48		INVERSIONISTA 1	\$ 73.281,49	
(+) Equipos de computo	\$ 11.509,98		INVERSIONISTA 2	\$ 73.281,49	
ACTIVOS DEPRECIABLE		\$ 196.700,00	INVERSIONISTA 3	\$ 73.281,49	
(+) Edificio	\$ 65.000,00		<b>TOTAL DE PASIVOS+PATRIMONIO</b>		
(+) Maquinaria	\$ 76.700,00				\$ 279.847,10
(+) Vehículos	\$ 55.000,00				
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 7.000,00			
(+) Estudio de Mercado	\$ 3.500,00				
(+) Gastos de constitucion	\$ 3.500,00				
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		\$ 279.847,10			

## 4.3. Evaluación Financiera

### 4.3.1. Flujo De Fondos

El flujo de fondo se obtiene del ajuste que se le da al flujo de cajas con la tasa impositiva o costo de la inversión como es el WACC:

 <b>PAYBACK</b>						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja	-\$ 279.847,10	\$ 171.397,76	\$ 180.722,23	\$ 189.376,99	\$ 196.926,46	\$ 206.156,50
Flujo de Caja Descontado	-\$ 279.847,10	\$ 151.047,68	\$ 140.355,49	\$ 129.614,61	\$ 118.779,02	\$ 109.582,60
Flujo de Caja Descontado A	-\$ 279.847,10	-\$ 128.799,42	\$ 11.556,06	\$ 141.170,67	\$ 259.949,69	\$ 369.532,28

### 4.3.2. Wacc

El costo promedio de la inversión se obtuvo al conocer el porcentaje de financiamiento que se tendrá del banco y el que se dará por capitales propios además de los intereses que ambos decidan tener por dar su dinero, de manera que el costo promedio ponderado es de 13,47% así como se muestra a continuación:

PLAN DE FINANCIAMIENTO				
DETALLE	USD	%	COSTO	PONDERACION
Crédito Bancario	\$ 60.002,64	21,44%	11,9%	2,55%
Capitales Propios	\$ 219.844,46	78,56%	15%	11,78%
<b>TOTAL DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 279.847,10</b>	<b>100%</b>	<b>27%</b>	
			<b>WACC:</b>	<b>13,47%</b>
Impuesto fiscal:	0,337			

  

ACCIONISATAS	MONTO	COSTO	PROMEDIO	PONDERACIÓN
INVERSIONISTA 1	\$ 73.281,49	\$ 0,10	33%	3%
INVERSIONISTA 2	\$ 73.281,49	\$ 0,13	33%	4%
INVERSIONISTA 3	\$ 73.281,49	\$ 0,11	33%	4%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 219.844,46</b>		<b>100%</b>	<b>11%</b>

### 4.3.3. Indicadores Financieros (VAN, TIR, PAY BACK, CBC, VAUE, Etc.)

VAN:

Para encontrar el valor neto actual del proyecto de inversión se necesita aplicar la siguiente formula:

$$VAN_0 = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} + \frac{VR_n}{(1+i)^n}$$

$$VAN_0 = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} + \frac{VR_n}{(1+i)^n}$$

Se tiene que considerar el valor de la inversión en el año cero y los valores de la proyección de los años consecuentes ajustándolos con el valor de la WACC

**Fuente especificada no válida.:** teniendo así los siguientes resultados:

Flujo de Caja	\$	(279.847)	\$ 171.397,76	\$ 180.722,23	\$ 189.376,99	\$ 196.926,46	\$ 206.156,50
WACC	13,47%						
VAN	\$	369.532,28	\$ 151.047,68	\$ 140.355,49	\$ 129.614,61	\$ 118.779,02	\$ 109.582,60

Con el valor obtenido del VAN que equivale a \$369.532,28 USD y al ser mayor que cero se prevé que este tenga rentabilidad y ganancias por sobre lo requerido, de modo que el proyecto se debe tomar:

TIR:

Para la obtención de la tasa interna de retorno se tiene que considerar el flujo neto descontados y la tasa de descuento o WACC **Fuente especificada no válida.** con la siguiente formula:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

El costo de la inversión es de 13,47% y el indicador tasa interna de retorno es de 58,39 puntos porcentuales de modo que está por sobre el costo entonces el proyecto es rentable y se debe tomar.

PAYBACK:

Este indicador permite ver el tiempo que tomará recuperar la inversión, para este también se necesita conocer el WACC y TIR y fondos ajustados, como se muestra a continuación:

						
PAYBACK						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja	-\$ 279.847,10	\$ 171.397,76	\$ 180.722,23	\$ 189.376,99	\$ 196.926,46	\$ 206.156,50
Flujo de Caja Descontado	-\$ 279.847,10	\$ 151.047,68	\$ 140.355,49	\$ 129.614,61	\$ 118.779,02	\$ 109.582,60
Flujo de Caja Descontado A	-\$ 279.847,10	-\$ 128.799,42	\$ 11.556,06	\$ 141.170,67	\$ 259.949,69	\$ 369.532,28
Tiempo de Recuperación						
Recuperación Mensual	\$ 10.801,22					
Años	2					
Meses	1					
Días	8					

El tiempo de recuperación se da luego de dos años, un meses y 8 días aproximadamente lo que da un valor positivo para la aceptación del proyecto porque se recupera antes de que termine los años del financiamiento y proyecciones.

#### 4.4. Análisis De Riesgo

##### 4.4.1. Punto De Equilibrio

El punto de equilibrio en unidades, fijado en 79,342 unidades, representa la cantidad mínima de productos que la empresa debe vender para cubrir todos sus costos sin generar pérdidas ni ganancias.

Por otro lado, el punto de equilibrio en términos de costos, que asciende a \$273,326.42, indica el monto total de ingresos necesarios para alcanzar este punto de equilibrio. A partir de este nivel de ventas, cualquier ingreso adicional comenzará a generar utilidades para la empresa, como se muestra a continuación:



<b>Unidades al año</b>		240000
<b>Costos Fijos Totales</b>	\$	136.663,21
<b>Costo Variable Unitario</b>	\$	1,72
<b>Precio de Venta</b>	\$	3,44
<b>Punto de Equilibrio Unidades</b>		79342
<b>Punto de Equilibrio Costos</b>	\$	273.326,42

#### **4.4.2. Análisis De Sensibilidad**

Mediante el análisis de sensibilidad se puede crear una simulación de posibilidades de cambios en algunos factores claves de la finanza del negocio que puedan generar cambios en la rentabilidad o utilidad, en este caso la primera matriz muestra un resumen de los ingresos proyectados, de los egresos y posteriormente la utilidad, considerando el costo promedio de la inversión se ha obtenido el VAN luego se estipula una variación negativa en los ingresos de -0,5% y los egresos aumentan en 0,5 con el mismo WACC y el valor futuro sigue siendo positivo como se muestra en la segunda matriz, la tercera matriz muestra la sensibilidad relativa que tiene en función de los factores la rentabilidad del proyecto.

El proyecto no puede disminuir sus ingresos en menos de dos puntos porcentuales cuando sus egresos aumenten hasta 0,5%, si este último y el WACC aumentan y el ingreso se mantiene constante la empresa tendría un valor futuro negativo lo que impulsa a que el proyecto no se pueda tomar por falta de rentabilidad y utilidad.

## Conclusiones

- Se logrará una notable optimización y expansión de la capacidad de producción en nuestra planta en Rocafuerte, elevando la producción de láminas de bambú de alta calidad a niveles sin precedentes. La integración de tecnología avanzada y la implementación de procesos de mejora continua permitirán una producción más ágil y eficiente, reduciendo significativamente los costos operativos. Esto nos permitirá ofrecer un producto superior a precios competitivos, consolidando así nuestra presencia en el vibrante mercado de Miami.
- Se forjarán alianzas estratégicas con los principales distribuidores locales en Miami, y se perfeccionará la logística de exportación para crear una red de distribución robusta y altamente eficiente. La creación de una plataforma de comercio electrónico de última generación facilitará un acceso más fácil y cómodo para nuestros clientes, elevando la experiencia de compra y maximizando las ventas. Esta red sólida asegurará que nuestras láminas de bambú lleguen puntualmente a los clientes, consolidando nuestra posición en el mercado.
- 
- Se llevarán a cabo campañas de marketing innovadoras que destacarán las ventajas ecológicas y la sostenibilidad de nuestras láminas de bambú, posicionando a Versa Construcciones S.A. como un líder indiscutible en la construcción verde. La participación

en ferias y eventos de construcción sostenible, junto con la obtención de certificaciones prestigiosas como LEED, consolidará nuestra reputación como pioneros en la industria. La colaboración con arquitectos y diseñadores comprometidos con la sostenibilidad permitirá abrir nuevas y emocionantes oportunidades en proyectos que valoran la innovación y el respeto por el medio ambiente.

### **Recomendaciones**

- Es necesario realizar un estudio de mercado enfocado en evaluar los niveles de satisfacción de la demanda.
- Buscar alianzas estratégicas para mejorar la competitividad en términos de precios y preferencias del consumidor, lo que permitirá mitigar las amenazas previamente identificadas.
- Implementar el modelo de negocio de exportación.
- Establecer un sistema de seguimiento y control que permita medir continuamente la satisfacción del cliente y su percepción del producto.
- Consolidar la marca a nivel internacional.
- Desarrollar estrategias de marketing dirigidas a clientes mayoristas para mantener una imagen corporativa consistente con un mensaje claro para el público objetivo.