



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ.**

**Título del trabajo de titulación:**

Plan de negocio para la creación de una empresa constructora enfocada en la remodelación de interiores en la ciudad de Manta

**Apellidos y nombres de autor:**

Manzaba Zambrano Wilter Alexander.

**Facultad y carrera:**

Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio

Administración de empresas.

**Apellidos y nombres del tutor.**

Macias Cedeño Alexa María.

**2024(2).**

 <b>Uleam</b> UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

## CERTIFICACIÓN

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

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante Manzaba Zambrano Wilter Alexander, legalmente matriculado en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2024-2025, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es **"Plan de negocio para la creación de una empresa constructora enfocada en la remodelación de interiores en la ciudad de Manta."**

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, y la originalidad del mismo, requisitos 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.

Lugar, 27 de noviembre de 2024.

Lo certifico,



Eco. Alexa María Cedeño Macías  
**Docente Tutor(a)**  
Área: Administración de Empresas



# Avances de AMZ builder. Tesis Emprendimiento

< 1%  
Textos  
sospechosos



< 1% Similitudes  
0% similitudes entre  
comillas  
0% entre las fuentes  
mencionadas  
< 1% Idiomas no  
reconocidos

Nombre del documento: Avances de AMZ builder. Tesis  
Emprendimiento.pdf  
ID del documento: c4cf85a60f6c6428cd7322009782fe06ea883cd8  
Tamaño del documento original: 1,58 MB  
Autores: []

Depositante: Alexa Cedeno Macias  
Fecha de depósito: 4/12/2024  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 4/12/2024

Número de palabras: 15.087  
Número de caracteres: 106.769

Ubicación de las similitudes en el documento:

## Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://www.doi.org">www.doi.org</a> https://www.doi.org/10.2307/23396716	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)
2	<a href="https://www.doi.org">www.doi.org</a> https://www.doi.org/10.2307/27738260	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)
3	Documento de otro usuario #9a08ce El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

**Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)** Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1 <http://www.sri.gob.ec/>

## DECLARACIÓN DE AUDITORIA

Yo, MANZABA ZAMBRANO WILTER ALEXANDER, con cédula de identidad N°1316619228, declaro que el presente trabajo de titulación: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA ENFOCADA EN LA REMODELACIÓN DE INTERIORES EN LA CIUDAD DE MANTA”** cumple con los requerimiento que la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativas, Contable y Comercio de la Carrera de Administración de Empresas sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de esta.

Wilter A Manzaba Z

Wilter Alexander Manzaba Zambrano

CI: 1316619228

E-mail: [manzaba776@gmail.com](mailto:manzaba776@gmail.com)

## APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema **“Plan de negocio para la creación de una empresa constructora enfocada en la remodelación de interiores en la ciudad de Manta”**, elaborado por el egresado Wilter Alexander Manzaba Zambrano, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la carrera de Administración de Empresas.

Por constancia firman:

### JURADO



Presidente del tribunal

Ing. José Luis Morante Galarza



Miembro del tribunal

Ing. Carlos Orlando Vélez Chávez



Miembro del tribunal

Ing. Alba Lucia Cáceres Larreategui

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, le doy gracias a Dios por darme la paciencia y sabiduría necesaria para completar este proyecto, sin la guía de él considero que no hubiera tenido la paciencia para culminar esta tesis.

Agradezco a mis padres, Kathy Alonzo y Wilter Manzaba por siempre ser mi apoyo incondicional y siempre estar para mi durante toda mi vida universitaria.

Agradezco a mi abuelita, Ketty Alonzo por siempre cuidar de mí, por estar preocupada y siempre darme vitaminas para yo poder seguir en este largo camino universitario.

Agradezco a mi abuelito Pedro Zambrano, que desde el cielo sé que está feliz por verme realizar mis logros.

Agradezco a Josué Zamora por los años de amistad que tuve con él y por el apoyo que ambos nos dimos a lo largo de la carrera, espero que en el cielo nos esté viendo cumplir todos nuestros deseos

Agradezco a mi hermano, por siempre confiar en mí y siempre sacarme una sonrisa, a pesar de que a veces me hacía pasar coraje, pero su apoyo siempre es incondicional.

Agradezco a mi novia, por tenerme paciencia y siempre estar resolviendo mis dudas, agradezco que siempre estuvo ahí para ayudarme a estudiar y explicarme ciertas cosas que no entendía.

Finalmente agradezco a mi tutora, por su dedicación, orientación y paciencia, gracias por confiar en mí.

## **DEDICATORIA**

Mi presente investigación va dedicada a mi familia y mi novia, siempre estuvieron conmigo en las buenas y en las malas, siempre estuvieron pendientes de que cumpliera con cada meta que me proponía, y este trabajo es otra meta más, dedico este trabajo a mi novia que fue la que más me ayudo durante todo el proceso de investigación, la que corrigió mis errores y la que tuvo paciencia enseñándome como realizar cada parte

**Manzaba Zambrano Wilter Alexander**

## RESUMEN

El presente trabajo desarrolla un plan de negocio para la creación de AMZ Builder, una empresa constructora especializada en la remodelación de interiores en la ciudad de Manta. La investigación se fundamenta en el análisis de mercado, técnico, organizacional y financiero para evaluar la viabilidad del emprendimiento. Se identificó una alta demanda de servicios de remodelación en la ciudad, impulsada por el crecimiento urbanos y la necesidad de espacios habitacionales personalizados y sostenibles. El modelo de negocio propuesto busca diferenciarse a través de la innovación, el uso de materiales ecológicos y un enfoque en la calidad y satisfacción del cliente. El estudio concluye que la implementación de AMZ Builder representa una oportunidad viable de inversión, contribuyendo al desarrollo económico y social de Manta

**Palabras clave:** Plan de negocio, remodelación de interiores, construcción, sostenibilidad, emprendimiento, Manta.

## ABSTRACT

This study develops a business plan for the creation of AMZ Builder, a construction company specializing in interior remodeling in the city of Manta. The research is based on market, technical, organizational, and financial analysis to assess the feasibility of the venture. A high demand for remodeling services was identified, driven by urban growth and the need for personalized and sustainable living spaces. The proposed business model seeks to differentiate itself through innovation, the use of eco-friendly materials, and a focus on quality and customer satisfaction. The study concludes that implementing AMZ Builder represents a viable investment opportunity, contributing to the economic and social development of Manta.

**Keywords:** Business plan, interior remodeling, construction, sustainability, entrepreneurship, Manta.

# Índice

AGRADECIMIENTO .....	6
DEDICATORIA.....	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT.....	9
<b>1. DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD.....</b>	<b>13</b>
a. Justificación teórica. ....	13
b. Justificación práctica.....	14
<b>2.- DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....</b>	<b>16</b>
a. Descripción del emprendimiento. ....	16
i.- MODELO CANVAS. ....	16
ii.- Análisis del modelo canvas. ....	17
b.- Localización geográfica.....	19
c.- Justificación.....	19
<b>3. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>21</b>
a. Análisis del entorno.....	21
i. Macroentorno.....	21
i.i Microentorno.....	26
b. Metodología de la investigación de mercado. ....	29
i. Determinación de objetivos de investigación.....	29
i.i. Segmentación de mercado.....	31
i.i.i Muestra de investigación.....	31
i.v. Técnicas de investigación .....	31
v. Resultados descriptivos de la investigación .....	32
c. Análisis de la demanda .....	43
i. Características de la demanda .....	43
ii. Proyección de la demanda.....	44
d. Análisis de la oferta .....	44
i. Caracterización de la oferta actual .....	44
e. Oportunidad de emprender.....	46
<b>4. ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>48</b>
a. Tamaño del proyecto .....	48

	11
<b>b. Localización del proyecto</b> .....	49
<b>c. Ingeniería del proyecto</b> .....	51
<b>i. Proceso de producción y/o generación del servicio</b> .....	51
<b>ii. Balance de mano de obra y materiales</b> .....	58
<b>iii. Maquinaria y equipo</b> .....	61
<b>iv. Distribución del establecimiento de generación de servicio</b> .....	66
<b>5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL</b> .....	68
<b>a. Visión</b> .....	68
<b>b. Misión</b> .....	68
<b>c. Valores empresariales</b> .....	68
<b>d. Estructura organizacional</b> .....	69
<b>e. Mapa de procesos</b> .....	70
<b>f. Funciones y productos esperados</b> .....	70
<b>g. Constitución jurídica</b> .....	74
<b>h. Obligaciones tributarias</b> .....	76
<b>c. Patentes y licencias necesarias para el emprendimiento</b> .....	77
<b>c. MARKETING ESTRATÉGICO</b> .....	78
<b>c. Estrategias de producto y diseño</b> .....	78
<b>b. Estrategias de precio</b> .....	79
<b>c. Estrategias de plaza y canales de distribución</b> .....	80
<b>d. Estrategias de promoción</b> .....	82
<b>c. ANÁLISIS FINANCIERO</b> .....	84
<b>c. Presupuesto de inversión</b> .....	84
<b>b. Presupuesto de ingresos</b> .....	87
<b>c. Presupuesto de egresos</b> .....	91
<b>d. Presupuesto de capital de trabajo</b> .....	98
<b>e. Estructura de la inversión</b> .....	99
<b>f. Estados financieros</b> .....	100
<b>i. Estado de resultado integral</b> .....	100
<b>ii. Estado de situación general</b> .....	103
<b>iii. Estado de flujo de efectivo</b> .....	106
<b>g. Costo de oportunidad</b> .....	107
<b>h. Evaluación financiera</b> .....	108

<b>i. Periodo de recuperación de la inversión .....</b>	<b>114</b>
<b>j. Punto de equilibrio anual.....</b>	<b>114</b>
<b>8. CONCLUSIONES.....</b>	<b>118</b>
<b>9. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>119</b>
<b>10. ANEXOS.....</b>	<b>120</b>

## **Plan de negocio para la creación de una empresa constructora enfocada en la remodelación de interiores en la ciudad de Manta**

**Manzaba Zambrano Wilter Alexander.**

### **1. DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD.**

#### **a. Justificación teórica.**

La ciudad de Manta se caracteriza por ser una ciudad turística y de gran crecimiento de población y comercio, por lo tanto, debe contar con infraestructuras de alta calidad, por ende, para que todo esto resulte de manera eficaz debe tener un buen proceso de construcción. Es por ello por lo que, para que una constructora tenga éxito se deben realizar planes estratégicos desde el inicio de una obra hasta culminarla.

En el ámbito de la construcción se desempeña en un papel fundamental ya que la ciudad de Manta tiene mucha demanda sea en viviendas o megas infraestructuras y se puede decir que esto ayuda al sector de la construcción a crear oportunidades tanto de empleo como de inversión. Tanto que, al emprender en este sector, se puede aprovechar la demanda de crecimiento en la ciudad, impulsando la economía. La mayoría de las construcciones en Manta son realizadas por constructoras de otras ciudades tales como Guayaquil y Quito, en la cual nos ofrece una oportunidad única para contribuir al desarrollo y crear un impacto positivo en la comunidad local creando fuentes de ingresos y ampliando la capacidad de empleo en Manta.

Esto quiere decir que al emprender en una constructora en la ciudad Manta nos da la oportunidad de explotar las capacidades de mano de obra mantense, debido a la demanda de crecimiento constante en viviendas por la población, ya que hay la necesidad de inversión y la contribución al desarrollo económico local.

En lo cual las ultimas referencias de un servicio de remodelaciones aquí en Manta tiene un potencial muy alto ya que solo se encuentran servicios de otras ciudades del Ecuador, dicho por (Mendoza, 2023) se considera que la mayoría apuesta por la ciudad de Manta, porque la parte turística y la ubicación en la costa es considerado una atracción tanto para inversionistas como para turistas, ahora bien zonas como Jesús de Nazaret y Barbasquillo han sido la de mayor atracción en tema de inversiones.

Según datos de la Dirección de Planificación Institucional de Manta, gracias a la Inmobiliaria Millenium, que actualmente desarrolla el proyecto Grand Bay Manta, genera una inversión de USD 100 millones, incluso se presenta un crecimiento desde 2003 con un pico en 2014 por los créditos del BIESS para el sector de la construcción.

#### **b. Justificación práctica.**

Existe la necesidad de crear una empresa especializada, ya que en Manta hay un déficit en construcción de diferentes tipos de obras, es por ello por lo que al crear una empresa constructora propia de Manta enfocada en remodelaciones de interiores es darle solución a la insatisfacción de los ciudadanos mantenses, a parte al crear este emprendimiento, Manta no necesitaría constructoras de otras ciudades y trabajaría con mano de obra local. Actualmente hay una creciente de demanda de viviendas personalizadas de alta calidad, así mismo como remodelaciones ya que esto se adapta a las necesidades y gustos individuales.

Las construcciones de casas y remodelaciones tienen una necesidad constante en una ciudad en crecimiento, ya que las personas están en busca de hogares que se adapte a sus necesidades. Al emprender una constructora que se enfoque en lo dicho, puede permitir satisfacer esta demanda creciente en el mercado y poderles ofrecer un valor agregado a los propietarios, a través de experiencia y el conocimiento en diseños, en otros aspectos se puede considerar un

impacto económico positivo ya que en este tipo de emprendimiento no solo generará empleo en el sector de la construcción, sino que ayudará a estimular la economía local.

## 2.- DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.

### a. Descripción del emprendimiento.

#### i.- MODELO CANVAS.

#### Figura 1.

*Modelo canvas del emprendimiento AMZ Builder*



*Nota.* El gráfico representa el modelo canvas del emprendimiento de la constructora.

## ii.- Análisis del modelo canvas.

De acuerdo con nuestro modelo canvas dentro de este análisis se va a detallar los 9 pasos de este modelo.

**1.- Segmento de clientes:** Nuestro segmento de clientes está conformado por las personas que tengan una economía media alta, aquellas que vivan en urbanizaciones, condominios o casas locales por ende ese va a hacer nuestro nicho de mercado dentro de la ciudad de Manta.

**2.- Propuesta de valor:** Nuestra propuesta de valor se basa en una necesidad de, que en Manta existen muchas viviendas que se encuentra en mal estado aparte la mayoría de las constructoras están especializadas para construcciones de alto rango y no para las remodelaciones de interiores y no tienen en mente ser innovadores.

**3.- Canales:** La constructora **AMZ BUILDER** implementara canales de comercialización y marketing para llegar al cliente en los cuales son redes sociales, en cual nos manejaremos con Instagram y Facebook, página web ya que dentro de la página el cliente podrá encontrar información sobre nuestro servicios incluido los números de contactos donde se podrán contactar con el asesor, también contaremos con folletos y tarjetas de presentación en la cual e cliente podrá ver tanto los servicios que brindamos, las redes sociales y nuestros contactos.

**4.- Relación con los clientes:** Nuestro emprendimiento contará con una buena atención con el cliente la cual la enfocaremos en una atención personalizada, esta atención personalizada se hará a través del asesor donde escuchará y resolverá las necesidades o las exigencias que solicita nuestro cliente, También los clientes podrán contar con una garantía que incluirá un seguimiento post-trabajo. Lo importante dentro de la relación de nuestros clientes es la relación entre ambas partes.

**5.- Fuentes de ingresos:** Dentro de las fuentes de ingreso, tenemos los métodos de pago que se realizarán a través de efectivo, transferencia o tarjeta de crédito, el emprendimiento contará con un contrato a precio cerrado el cual consiste en el acuerdo que se llega con el cliente, del cual al momento de firmar el contrato no se podrá modificar el precio de la remodelación. Para que el cliente acceda a nuestro servicio deberá pagar un anticipo y al finalizar la obra el restante.

**6.- Recursos clave:** El emprendimiento **AMZ BUILDER** contará con equipos y herramientas especializadas para el servicio que se ofrece, en este caso, el servicio de remodelación de interiores. Es por ello por lo que se debe tomar en cuenta las necesidades que exigen nuestros clientes para que los equipos y herramientas sean especializadas y eficientes al momento de la obra. También contará con un personal altamente calificado para que el trabajo sea de calidad y duradero, este personal estará en constante capacitación de las nuevas tendencias de la remodelación.

**7.- Actividades clave:** La actividad principal y clave de nuestro servicio es la remodelación de interiores de acuerdo con lo solicitado, donde se cubrirá la necesidad del cliente sin perder la exclusividad del servicio. Y adicional, se tomará en cuenta el seguimiento post trabajo que existe por la garantía que se les ofrece a los clientes.

**8.- Socios clave:** Dentro de nuestros socios claves tendremos una relación de comprador – proveedor, por lo cual, nuestros proveedores serán nuestros socios clave, estos proveedores nos brindarán los materiales necesarios para las remodelaciones. Tendremos los diferentes acuerdos con los proveedores para que sea de manera igualitaria y legal para ambas partes.

**9.- Estructura de costos:** Dentro de los costos del emprendimiento se tomará en cuenta la nómina de los empleados, en este caso de las personas que ayudarán con la obra, los servicios

públicos como el agua, la energía, entre otros. Y por último contará con la compra de materiales y herramientas para realizar las remodelaciones.

### **b.- Localización geográfica.**

La ciudad de Manta se encuentra en la provincia de Manabí, aproximadamente tiene una población de 271 145 mantenses. El emprendimiento estará ubicado en esta ciudad específicamente en el barrio Santa Marianita en la avenida 21 calle 16. Por el sector del barrio Santa Marianita donde estará ubicado la oficina del servicio es un sector concurrido ya que se encuentra cerca de la avenida Flavio Reyes, la avenida 24, la calle 13 y el Mall del Pacífico. Es un lugar estratégico y fácil de encontrar.

El emprendimiento AMZ Builder ofrecerá servicios de remodelación de interiores que será importante para promover más la movilidad de personas en el sector de Santa Marianita, la idea también es crear consciencia de tener un entorno adecuado para las personas que viven en hogares en mal estado. Donde se crearán campañas donde se le informe a la ciudadanía la importancia de un buen lugar para vivir.

Es importante recalcar que la ciudad de Manta al ser turística la mayoría de los proyectos dentro de la industria de la construcción son enfocados en proyectos de gran escala. Sin embargo, es poco el interés que las constructoras reflejan para el ciudadano mantense y las condiciones en las que vive. El emprendimiento no solo ayudará a las personas y sus hogares, sino que también generará ingresos.

### **c.- Justificación**

La ciudad de Manta se identifica por ser una ciudad turística, cuenta con diferentes hoteles en zonas reconocidas de la ciudad. Usualmente el tema de la construcción va enfocada a estas

mega obras como lo es actualmente el Grand Bay, pero es muy escaso el interés hacia las obras de menor escala como lo son las viviendas de los mantenses, es por ello por lo que el emprendimiento va enfocado a la remodelación de interiores la cual mejora significativamente la funcionalidad y la eficiencia de una vivienda u obra de menor escala.

La remodelación de interiores genera un impacto positivo en la estética de una vivienda, en este caso el emprendimiento solo se enfocará en viviendas de urbanizaciones, condominios y viviendas locales. La cual nos ayuda a influir en la percepción de la marca y la experiencia del cliente, empezamos desde las casas para que una vez que el emprendimiento crezca poder ir a centros comerciales, colegios, hoteles, entre otros.

El emprendimiento será innovador, tendrá diseños actualizados y atractivos para el cliente, aunque también se cuenta con una atención personalizada donde el cliente podrá darnos su propio diseño, la idea de esto es atraer nuevos clientes y retener a los existentes.

Considero importante el tema de sostenibilidad y la eficiencia energética, ya que se trabajará con la actualización de sistemas de iluminación, ventilación y climatización, la cual nos ayudará a reducir costos operativos a largo plazo y lo más importante a contribuir a la sostenibilidad ambiental.

Es importante recalcar que Manta es una ciudad muy amplia, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) existen 102.144 viviendas en Manta, incluyendo la zona urbana y rural, muchas de estas viviendas están en un constante deterioro por lo que no se le da el debido cuidado o también por afectaciones externas. Por ello surge la necesidad de realizar este proyecto enfocado en la remodelación de interiores para darle a los mantenses un lugar seguro para vivir.

### **3. ESTUDIO DE MERCADO.**

#### **a. Análisis del entorno.**

##### **i. Macroentorno.**

El presente análisis del macroentorno tiene como objetivo evaluar los factores externos que pueden afectar el desempeño del emprendimiento de la constructora AMZ Builder. Para ello se consideran los aspectos económicos, políticos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que influyen en el entorno empresarial.

##### **Factores económicos**

Dentro de los factores económicos que afectan al sector de la construcción, según (La Hora, 2023) “El peso del sector ha caído del 10% al 6.1% del PIB en los últimos años. Los costos se dispararon y las ventas inmobiliarias no alcanzaron para reflotar al sector” se deben tomar en cuenta los diferentes porcentajes económicos que afectan al sector de la construcción, también se deben tomar en cuenta las disminuciones y los aumentos que se generan porque de ello uno depende. El de la construcción se considera que aún sigue lejos de sus mejores momentos, este sector cada vez disminuye su importancia dentro de la economía nacional del Ecuador. Según (La Hora, 2023) “el sector llegó a representar el 10% del Producto Interno Bruto (PIB)” por lo tanto la participación de este sector de la construcción en la economía nacional realmente es baja, lo cual puede afectar de manera significativa al emprendimiento.

Según (Plusvalía, 2024) “Ecuador ha experimentado una inestabilidad económica significativa, marcada por muchos factores como la volatilidad en los precios del petróleo, la deuda externa elevada y los desequilibrios fiscales” Estos factores han impactado diferentes aspectos de la economía ecuatoriana, donde la incertidumbre económica puede provocar la baja en la demanda

de propiedades y una caída en los precios, La demanda de propiedades al ser baja, nos afecta ya que van a existir menos propiedades y personas que soliciten este servicios de remodelación.

### **Factores políticos**

Según (Plusvalía, 2024) “Las decisiones gubernamentales en materia de políticas fiscales, regulaciones y seguridad jurídica pueden tener un impacto directo en la inversión y el desarrollo de propiedades en el país”. Ecuador ha enfrentado diferentes cambios políticos significativos los cuales influyen directamente en la percepción de los inversionistas extranjeros sobre la estabilidad y la seguridad del mercado inmobiliario ecuatoriano. La mayoría de los cambios en las políticas generan cierto porcentaje de incertidumbre y desconfianza entre los inversionistas, lo que puede desacelerar el ritmo de inversión y desarrollo en el sector.

La falta de estabilidad política puede generar un clima de incertidumbre que afecta la inversión en el sector de la construcción. Los cambios frecuentes de gobierno, las reformas legales sin consenso y la corrupción pueden desalentar la inversión privada y dificultar la planificación a largo plazo de proyectos de infraestructura. (Banco Mundial, 2021)

Con respecto a las políticas públicas y regulatorias se detallarán las siguientes leyes y permisos:

- Ley de Ordenamiento Territorial, Urbanismo y Vivienda (2016): Esta ley introdujo cambios en la planificación urbana y la gestión de permisos de construcción, lo que generó cierta incertidumbre en el sector durante su implementación. Sin embargo, a largo plazo, se espera que la ley contribuya a un desarrollo urbano más ordenado y sostenible. (Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, 2016)
- Ley de Plusvalía (2016-2018): Esta ley, que gravaba las ganancias de capital por la venta de bienes inmuebles, generó controversia en el sector de la construcción y afectó

negativamente la inversión inmobiliaria. Su derogación en 2018 contribuyó a la recuperación del sector. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018)

- Permisos y licencias: Los procesos lentos y burocráticos para la obtención de permisos y licencias de construcción pueden aumentar los costos y retrasar el inicio de proyectos. La agilización de estos trámites a través de la digitalización y la simplificación de procesos podría beneficiar al sector. (Cámara de la Industria de la Construcción, 2022)

Lo más importante sobre los cambios de políticas gubernamentales es que se debe combatir la incertidumbre de las personas, ya que es por esa razón que las personas que desean adquirir una vivienda o remodelar un lugar, tienen cierta desconfianza o inseguridad de poder contratar o adquirir el servicio.

### **Factores sociales**

En el sector de la construcción en Ecuador se ve afectado por ciertos factores sociales, entre lo más relevantes son los siguientes:

- Aumento de la población urbana: Según el INEC, la población urbana en Ecuador ha crecido de manera constante en la última década, alcanzando el 64.3% en 2020. Esto ha generado una mayor demanda de vivienda, especialmente en las ciudades más grandes. (2020) El aumento de la población urbana significa que, para el emprendimiento, las familias deben vivir en un ambiente mucho más seguro, por lo que favorece el hecho de que deben invertir en crear un ambiente seguro y sano para vivir.
- Cambio en la estructura familiar: Los hogares ecuatorianos se han vuelto más pequeños en los últimos años, lo que ha impulsado la demanda de viviendas más pequeñas y departamentos.

- **Desigualdad en la distribución del ingreso:** La desigualdad en la distribución del ingreso en Ecuador es uno de los principales obstáculos para el acceso a la vivienda. Un sector significativo de la población no tiene los ingresos suficientes para comprar o alquilar una vivienda adecuada. (CEPAL, 2021)
- **Dificultades para acceder al crédito hipotecario:** Los requisitos para acceder a un crédito hipotecario en Ecuador pueden ser complejos y restrictivos, lo que limita las posibilidades de muchas personas de comprar una vivienda. (Banco Central del Ecuador, 2024)
- **Cambios en las preferencias habitacionales:** Las nuevas generaciones tienen diferentes preferencias habitacionales que las generaciones anteriores, lo que ha impulsado la demanda de viviendas con características específicas, como espacios más pequeños y ubicaciones más céntricas.

### **Factores tecnológicos**

El sector de la construcción en Ecuador ha experimentado un auge en la última década, impulsado por el crecimiento económico y la demanda de infraestructura. Sin embargo, este sector también se enfrenta a diversos desafíos, entre los que se encuentran la ineficiencia, la baja productividad y el impacto ambiental. La tecnología está emergiendo como una herramienta fundamental para abordar estos desafíos y transformar la industria de la construcción en Ecuador.

### **Factores ambientales**

El sector de la construcción en Ecuador, al igual que en todo el mundo, enfrenta diversos desafíos ambientales que impactan negativamente tanto en el desarrollo de las obras como en el entorno natural. Entre los principales factores ambientales que afectan a este sector en el país se encuentran:

La expansión urbana y la construcción de infraestructuras a menudo implican la tala de bosques y la destrucción de hábitats naturales, lo que genera pérdida de biodiversidad, erosión del suelo y alteraciones en los ciclos hidrológicos. (MAE, 2020) Esto es más que nada a las construcciones que son de viviendas y edificios desde cero, pero como el emprendimiento es sobre remodelación de interiores casi no afectan mucho el tema de la tala de bosques y destrucción de hábitats naturales.

Las actividades de construcción, como la demolición, la excavación y el uso de maquinaria pesada, generan grandes cantidades de polvo, gases contaminantes y ruido, lo que afecta la calidad del aire y puede ocasionar problemas respiratorios en las comunidades aledañas.

La disposición inadecuada de residuos de construcción, como escombros, pinturas y materiales químicos, puede contaminar fuentes de agua y afectar negativamente los ecosistemas acuáticos. (MMA, 2019)

La industria de la construcción es una de las mayores consumidoras de recursos naturales no renovables, como arena, grava, madera y agua. La extracción desmedida de estos recursos puede generar agotamiento de estos, degradación ambiental y conflictos sociales. (SENAGUA, 2018)

El cambio climático intensifica eventos climáticos extremos como inundaciones, sequías y tormentas, lo que aumenta el riesgo de daños en las obras de construcción, afecta la disponibilidad de recursos hídricos y puede generar mayor vulnerabilidad en las comunidades. (MSP, 2022)

### **Factores legales**

El sector de la construcción en Ecuador se encuentra regulado por un marco legal complejo que abarca diversas leyes, reglamentos y normas técnicas. Estos instrumentos legales establecen

las condiciones bajo las cuales se pueden desarrollar proyectos de construcción, con el objetivo de garantizar la seguridad, la calidad y el respeto al medio ambiente.

- Ley de Ordenamiento Territorial, Urbanismo y Vivienda (2016)
- Código Orgánico de Procedimiento Administrativo (2015)
- Ley de Seguridad Social (2001)
- Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo para la Construcción y Obras Públicas (2013)
- Ley de Gestión Ambiental (2009)

En conclusión, aunque el entorno presenta desafíos significativos, especialmente en términos económicos y políticos, existen oportunidades en la creciente demanda urbana, los cambios en las preferencias habitacionales y la adopción de nuevas tecnologías. El éxito del emprendimiento dependerá en gran medida de su capacidad para adaptarse a este entorno cambiante, ofrecer servicios que respondan a las nuevas necesidades sociales, adoptar prácticas ambientalmente responsables y navegar eficientemente el complejo panorama legal y regulatorio.

### **i.i Microentorno.**

El análisis del microentorno se centra en los factores inmediatos que afectan a la empresa y a su capacidad para atender a sus clientes. Estos factores incluyen proveedores, intermediarios, competidores, públicos y clientes. A continuación, desglosamos cada uno de estos elementos:

#### **1. Proveedores**

Los proveedores son esenciales para una consultora de remodelaciones de interiores ya que suministran los materiales y servicios necesarios para llevar a cabo los proyectos. En Manta, Ecuador, los proveedores pueden incluir:

- Proveedores de Materiales de Construcción: Empresas que suministran materiales como cemento, madera, azulejos, pintura, etc. Ejemplos locales pueden ser ferreterías y tiendas especializadas en construcción. Por ejemplo; Ferretería San Antonio, ConstruMart, Bodegas de la construcción.
- Proveedores de Muebles y Decoración: Tiendas que venden muebles, iluminación, y elementos decorativos que son esenciales para las remodelaciones interiores. Por ejemplo, Casa Grande, Decorarte Manta, Hogar Express.
- Proveedores de Equipos y Herramientas: Empresas que alquilan o venden herramientas y equipos de construcción y remodelación. Por ejemplo, Rental de Herramientas Manta, Equipos y Maquinarias S.A.
- Servicios Especializados: Proveedores de servicios como plomería, electricidad, y climatización que son cruciales para las remodelaciones interiores. Por ejemplo, Instalaciones Eléctricas Manta, Plomería Exprés.

## **2. Intermediarios**

Los intermediarios son aquellos que ayudan a la empresa a promocionar, vender y distribuir sus servicios. Para una consultora de remodelaciones en Manta, estos pueden incluir, agencias de Publicidad y Marketing: Empresas que ayudan a la consultora a posicionar sus servicios en el mercado a través de estrategias de marketing.

Plataformas Digitales y Marketplaces: Sitios web y aplicaciones que conectan a la consultora con clientes potenciales buscando servicios de remodelación. Agentes Inmobiliarios: Profesionales que pueden referir clientes que compran o venden propiedades y que pueden necesitar servicios de remodelación.

### 3. Competidores

Los competidores son otras empresas que ofrecen servicios similares en el mismo mercado. En Manta, los competidores pueden variar desde pequeñas empresas locales hasta grandes firmas con presencia en varias ciudades. Algunos tipos de competidores incluyen:

- Consultoras de Remodelación Locales: Empresas que ofrecen servicios de remodelación y decoración de interiores en la misma ciudad.
- Empresas de Construcción y Remodelación: Firmas que pueden ofrecer servicios de remodelación como parte de un conjunto más amplio de servicios de construcción.
- Freelancers y Contratistas Independientes: Profesionales individuales que ofrecen servicios de remodelación a menudo a un costo más bajo.

### 4. Públicos

Los públicos son grupos de interés que pueden influir o ser influenciados por la empresa. Para una consultora de remodelaciones en Manta, estos pueden incluir:

- Gobierno y Entidades Regulatorias: Autoridades locales que establecen las normativas de construcción y remodelación.
- Medios de Comunicación: Canales de noticias y medios locales que pueden influir en la percepción pública de la empresa. Por ejemplo, El Diario Manabita, Radio Manta.
- Asociaciones Profesionales: Grupos que representan a los profesionales de la industria de la construcción y remodelación
- Comunidad Local: Residentes de Manta que pueden tener interés en los proyectos de remodelación por su impacto en la comunidad local.

### 5. Clientes

Los clientes son el centro del análisis del microentorno. Para una consultora de remodelaciones en Manta, los clientes potenciales pueden incluir propietarios de Viviendas: Individuos o familias que buscan mejorar o actualizar sus hogares. Por ejemplo, Residentes de Manta en barrios como Barbasquillo, Umiña.

- Inversionistas Inmobiliarios: Personas o empresas que compran propiedades para remodelar y luego vender o alquilar. Por ejemplo, Empresas de bienes raíces, inversores individuales.
- Empresas y Oficinas: Negocios que requieren remodelar sus espacios comerciales o de oficina. Por ejemplo, Oficinas en el centro de Manta, locales comerciales en centros comerciales.
- Propietarios de Alquileres Vacacionales: Dueños de propiedades que se alquilan a turistas y necesitan mantener o mejorar la calidad del interior. Por ejemplo, Propietarios de Airbnbs, hostales, y pequeños hoteles en Manta.

El análisis del microentorno para una consultora inmobiliaria enfocada en remodelaciones de interiores en Manta, Ecuador, revela una variedad de factores que la empresa debe considerar para operar de manera efectiva. Desde la elección de proveedores confiables hasta la comprensión de la competencia y la identificación precisa de sus clientes, todos estos elementos son cruciales para el éxito de la empresa. Mantener relaciones sólidas con los intermediarios y estar al tanto de los públicos influyentes también es vital para navegar en este mercado dinámico.

## **b. Metodología de la investigación de mercado.**

### **i. Determinación de objetivos de investigación.**

#### **Tabla 1**

*Objetivos e hipótesis del emprendimiento de la constructora*

<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>PREGUNTAS CLAVE</b>
Determinar el perfil del encuestado	Rango de edad específico	¿Cuál es su rango de edad?  En caso de realizar una remodelación en su
Conocer los requisitos de los clientes	Los clientes requieren de una empresa experta.	inmueble, prefiere contratar... ¿Con que frecuencia utiliza servicios de construcción?
Evaluar la rivalidad	Existen muchas constructoras.	¿De haber utilizado algunos de estos servicios de construcción lo ha hecho a través de una constructora?
Analizar la orientación de los clientes hacia el uso del servicio	Los potenciales clientes prefieren el servicio brindado.	¿Qué aspectos considera más importantes al elegir una empresa constructora? ¿Qué tan probable es que contrate una nueva empresa constructora en manta si ofrece servicios de alta calidad y personalizados? ¿Estaría dispuesto a pagar más por una remodelación ecológica y sostenible?
Diagnosticar el poder de transacción del cliente	Valor del servicio o producto	¿Cuál es su presupuesto que utilizó en los servicios de construcción proyectos de construcción o remodelación?

En relación con los servicios que contrato:

Que costo tuvo el metro cuadrado de construcción.

Diagnosticar las demandas	Una cartera de clientes de las al menos 50 proyectos en los primeros dos años de operación	¿Considera que manta necesita más empresas constructoras especializadas en viviendas personalizadas y remodelaciones?
---------------------------	--	---

*Nota.* La tabla muestra cómo se relacionan los objetivos del emprendimiento con las hipótesis y las preguntas clave

### **i.i. Segmentación de mercado.**

La segmentación de mercado para el emprendimiento Builder AMZ será en la ciudad de Manta para personas que estén interesadas en remodelar sus hogares, desde un rango de edad de los 25 años hasta los 50 años, de género masculino y femenino, por lo tanto, el estudio será para las personas que viven en Manta.

### **i.i.i Muestra de investigación.**

La muestra para el emprendimiento se selecciona mediante muestreo por conveniencia, utilizando encuestas en línea distribuidas a través de contactos y redes de los investigadores. El tamaño de la muestra es de un total de 30 personas las cuales deberán llenar el formulario de Google Forms.

### **i.v. Técnicas de investigación**

El principal instrumento para la investigación es una encuesta en línea diseñada y distribuida a través de Google Forms, para conocer más sobre el mercado al cual nos enfocaremos.

La encuesta está estructurada de la siguiente forma para recolectar los datos más relevantes de la investigación:

- Información Demográfica: Información sobre los encuestados como edad, género, profesión, entre otras.
- Información del Inmueble: Tipo de inmueble (Usado o nuevo), ubicación, tamaño y estado actual.
- Detalles del proyecto: Tipo de trabajo realizado (remodelación, rehabilitación, construcción), presupuesto, tiempo estimado y fase actual del proyecto.
- Percepciones y satisfacción: Opiniones sobre la calidad del trabajo, nivel de satisfacción y principales desafíos encontrados.
- Recomendaciones: Espacio para que los encuestados agreguen cualquier sugerencia o información relevante.

#### **v. Resultados descriptivos de la investigación**

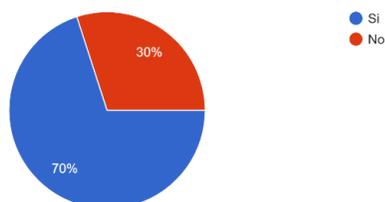
A continuación, se realiza el respectivo análisis de cada pregunta realizada de la encuesta, donde los consumidores han podido responder de manera objetiva cada pregunta.

**¿Ha utilizado una constructora al momento de realizar algún servicio de construcción?**

#### **Figura 2**

*Porcentaje de encuestados sobre el uso de los servicios de remodelación*

1. ¿Ha utilizado una constructora al momento de realizar algún servicio de construcción?  
30 respuestas



*Nota.* La figura representa el porcentaje de las personas encuestadas con respecto al uso de los servicios de construcción

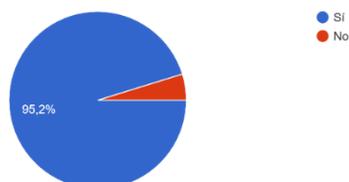
Se empieza con la pregunta de depuración, la cual tenemos que, de las 30 personas, 21 de ellas han usado una constructora al momento de realizar un servicio de construcción y 9 de ellas no usan constructora por lo que no se toma en cuenta, ya que no han pasado por una experiencia de contratar a una constructora por un servicio. Las 21 personas que respondieron si pasan a la siguiente parte de la encuesta la cual nos ayuda a conocer como ha sido para ellos la experiencia y sobre todo las opiniones de ellos.

### ¿Reside usted en Manta?

#### Figura 3

*Porcentaje de encuestados sobre su residencia*

2. ¿Reside usted en Manta?  
21 respuestas



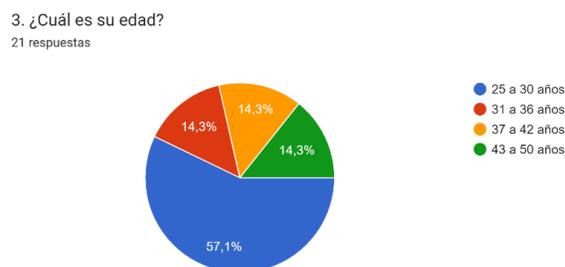
*Nota.* La figura representa que la mayoría de los encuestados viven en la ciudad de Manta.

Como el proyecto está dirigido para la ciudad de Manta, es importante establecer que los encuestados sean de la ciudad, sin embargo, de las 21 personas que respondieron si 20 de ellas son de Manta, y una de ellas no vive en la ciudad. La ciudad de Manta es el foco del emprendimiento y donde se realizará este servicio de construcción enfocado en remodelación de interiores.

### ¿Cuál es su edad?

#### Figura 4

*Porcentaje de encuestados sobre la edad*



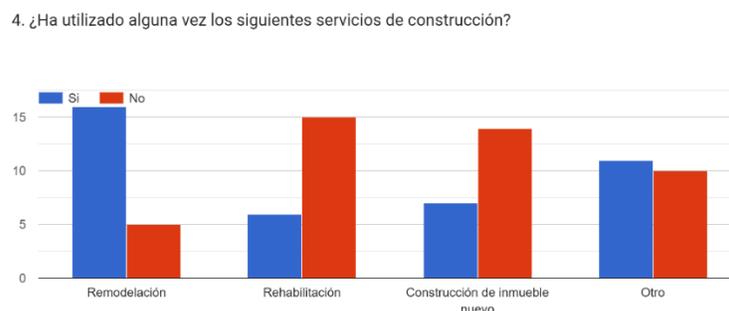
*Nota.* La figura representa los rangos de edad de los encuestados y que el rango más común es de 25 a 30 años.

La encuesta fue enfocada en personas de 25 a 50 años ya que, personas de ese rango de edad tiene capacidad para poder contratar una constructora de forma más objetiva, cabe recalcar que personas jóvenes por debajo de los 25 años pueden contratar, pero puede que no sean tan objetivos o serios al momento de realizar la negociación y el contrato en sí. El 57,1% corresponde a las personas de 25 a 30 años, y el 14,3% corresponde a los siguientes rangos de edad, de 31 a 36 años, de 37 a 42 años y de 43 a 50 años.

### ¿Ha utilizado alguna vez los siguientes servicios de construcción?

## Figura 5

*Porcentaje de encuestados sobre el uso y tipos de servicios de construcción*



*Nota.* La figura representa cuales son los servicios que más solicitan los clientes con respecto a la construcción.

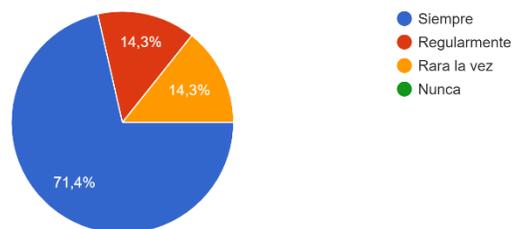
Es necesario saber cuál es el servicio de construcción más común para poder a través de ellos mejorar y llamar la atención de nuestro servicio, de los servicios más comunes tenemos la remodelación, la rehabilitación, la construcción de inmueble nuevo, y otros. La remodelación es el servicio que más se ha usado, 16 personas han usado la remodelación como servicio de construcción. 15 personas han usado la rehabilitación como servicio de construcción y 14 personas han usado la construcción de un inmueble nuevo como servicio de construcción. Por lo que gracias a la pregunta tenemos que considerar que la remodelación si es un servicio que las personas solicitan, por lo tanto, favorece a nuestro emprendimiento.

**¿Con qué frecuencia utiliza servicios de construcción?**

## Figura 6

*Porcentaje de encuestados sobre la frecuencia de uso de los servicios*

5. ¿Con qué frecuencia utiliza servicios de construcción?  
21 respuestas



*Nota.* La figura representa la frecuencia de uso de los servicios de construcción

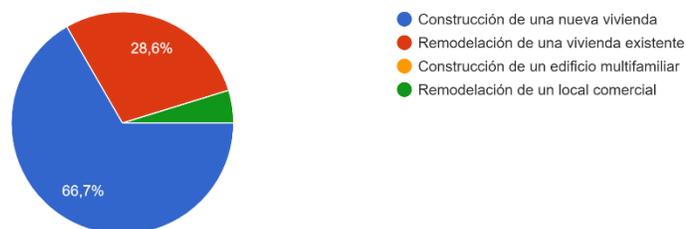
La frecuencia de uso de los servicios es importante para el emprendimiento, de las personas encuestadas el 71,4% siempre frecuentan utilizar servicios de construcción para arreglar o construir cualquier inmueble, el 14,3% regularmente y rara la vez frecuentan el uso de servicios de construcción.

**¿Qué tipo de proyecto le interesa más?**

**Figura 7**

*Porcentaje de encuestados sobre el tipo de proyecto de su preferencia*

6. ¿Qué tipo de proyecto le interesa más?  
21 respuestas



*Nota.* La figura representa cuales son los proyectos de mayor interés que solicitan los clientes

Es importante tomar en cuenta para los consumidores que cual es el tipo de proyecto de los cuales están interesados, por ende, el 66,7% le interesa más el proyecto de construcción de una nueva vivienda, el 28,6% le interesa más el proyecto de remodelación de una vivienda existente y por último el 4,8% les interesa más la remodelación de un local comercial. En caso del emprendimiento es recomendable tomar en cuenta la información de las personas que han escogido la opción de remodelación de una vivienda existente, ya que esto abarcaría el tema de remodelación de interiores.

### ¿Qué tan probable estaría de realizar una remodelación en su hogar?

#### Figura 8

*Porcentaje de encuestados sobre la probabilidad de solicitar remodelaciones en el hogar*



*Nota.* La figura muestra la probabilidad de los clientes en poder realizar algún tipo de remodelación en las viviendas propias de ellos.

Para la remodelación en el hogar de las personas, se obtiene que el 76,2% de los encuestados consideran que es muy probable que se le pueda realizar una remodelación en el hogar, el 9.5% es poco probable de realizar una remodelación y el 14,3% es casi probable que se realice

una remodelación. Cabe recalcar que se deben considerar el estado de la vivienda para poder ver si se necesita o no una remodelación.

### **En caso de realizar una remodelación en su inmueble, prefiere contratar a**

#### **Figura 9**

*Porcentaje de los encuestados con respecto a la preferencia del encargado*

8. En caso de realizar una remodelación en su inmueble, prefiere contratar a:  
21 respuestas



*Nota.* La figura representa cual es la preferencia de los clientes al momento de realizar algún tipo de construcción, representa que tipo de mano de obra prefiere el consumidor.

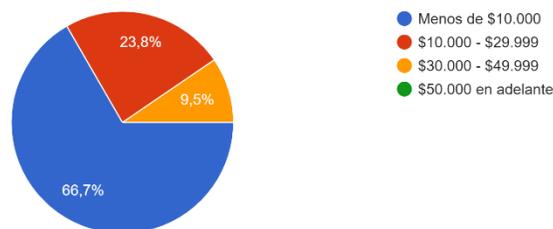
Para los encuestados, en caso de que realicen una remodelación el 71,4% prefiere contratar a una empresa especializada, y el 28,6% prefiere un maestro de obra, por el tema de que se considera más económico que una empresa especializada.

### **¿Cuál es su presupuesto que utiliza en los servicios de construcción o remodelación?**

#### **Figura 10**

*Porcentaje de los encuestados con respecto al presupuesto que invierten en construcción*

9. ¿Cuál es el presupuesto que utiliza en los servicios de construcción o remodelación?  
21 respuestas



*Nota.* La figura representa el presupuesto que la mayoría de encuestados a utilizado en algún momento para realizar una construcción, es importante tomar en cuenta porque nos ayuda a conocer cuanto están dispuestos a pagar por el servicio.

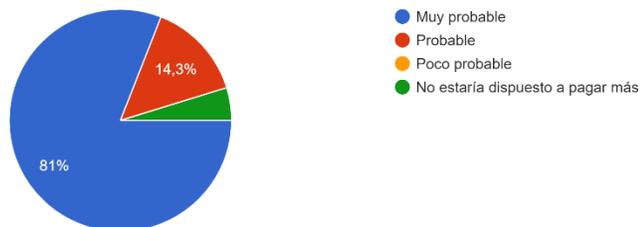
El tema del presupuesto de las obras de construcción es importante tomar en cuenta, ya que a través de estos datos uno sabe cuánto está dispuesto a pagar al momento de utilizar un servicio de construcción o remodelación. El 66,7% de los encuestados tendría un presupuesto de menos de \$10.000, el 23,8% tendría un presupuesto de \$10.000 a \$29.999 y el 9,5% tendría un presupuesto de \$30.000 a \$49.999

**¿Estaría dispuesto a pagar más por una remodelación ecológica y sostenible?**

### **Figura 11**

*Porcentaje de los encuestados sobre la remodelación ecológica y sostenible*

10. ¿Estaría dispuesto a pagar más por una remodelación ecológica y sostenible?  
21 respuestas



*Nota.* La figura representa el porcentaje de lo que está dispuesto a pagar el consumidor por una remodelación más ecológica y sostenible.

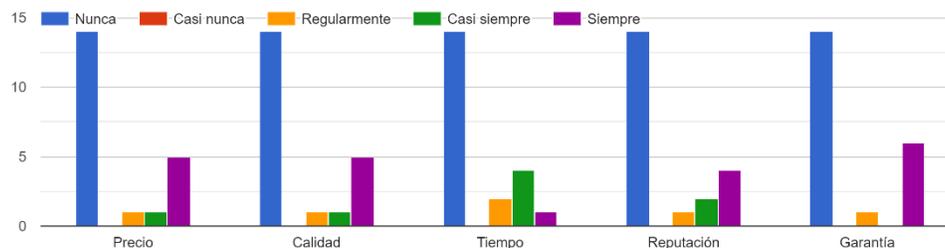
Es importante saber a qué estarían dispuestos los consumidores para una remodelación ecológica y sostenible, el 81% de las personas si estarían dispuestos a pagar por una remodelación ecológica y sostenible, el 14,3% considera que es probable pagar por una remodelación y ecológica y sostenible y el 4,8% no estaría dispuesto a pagar más por una remodelación más ecológica y sostenible.

**¿Qué aspectos considera más importante al elegir una empresa constructora? (Seleccionar más de uno)**

### **Figura 12**

*Porcentaje de los encuestados sobre los aspectos importante a considerar de una constructora*

11. ¿Qué aspectos considera más importante al elegir una empresa constructora?



*Nota.* La figura representa cuales son los factores que consideran de los clientes, ya que para algunos puede ser la calidad, el precio, el tiempo o la reputación, entre otros.

Para los encuestados consideran que los aspectos más importantes son la garantía, precio y calidad, son los tres aspectos que se consideran más importante para poder escoger una empresa constructora. Aunque en esta pregunta hubo una confusión con respecto a cómo responder, de todos modos, se pudo sacar la conclusión de que esos tres aspectos se consideran importante al momento de elegir.

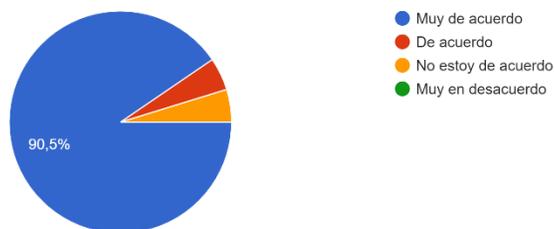
**¿Considera que Manta necesita de empresas constructoras más especializadas en viviendas y remodelaciones?**

### Figura 13

*Porcentaje de los encuestados sobre la perspectiva de una empresa constructora especializada*

12. ¿Considera que Manta necesita de empresas constructoras más especializadas en viviendas y remodelaciones?

21 respuestas



*Nota.* La figura representa cual es la perspectiva de los consumidores con respecto a una constructora enfocada en remodelación.

Manta es una ciudad turística y muy bonita según los encuestados, es por ello por lo que debe tener infraestructuras de alta calidad. Por ello el 90,5% de los encuestados considera que Manta necesita de empresas constructoras especializadas en viviendas y remodelaciones, otros consideran que no es necesario que Manta tenga una empresa de este tipo.

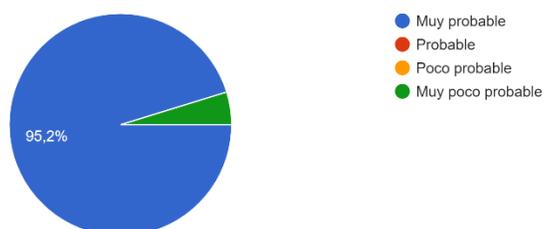
**¿Qué tan probable es que contrate una nueva empresa constructora que ofrece servicios de alta calidad y personalizados?**

#### Figura 14

*Porcentaje de los encuestados sobre la probabilidad de contratar nuestro emprendimiento*

13. ¿Qué tan probable es que contrate una nueva empresa constructora que ofrece servicios de alta calidad y personalizados?

21 respuestas



*Nota.* La figura representa la probabilidad de que los consumidores contraten a la constructora para realizar algunas remodelaciones.

Con respecto a los encuestados, el 95,2% de ellos consideran que es muy probable que contraten a una nueva empresa especializada a ofrecer servicios de alta calidad y personalización.

### **c. Análisis de la demanda**

Para entender las características principales de la demanda de los servicios de remodelación en Manta y proyectar a futuro, se basa en los resultados que se obtuvieron en la investigación de mercado previamente realizada.

#### **i. Características de la demanda**

Las características de la demanda actual se basan en lo siguiente:

- Segmentación de mercado: El público objetivo está compuesto principalmente por personas de entre 25 a 50 años, residentes en la ciudad de Manta, con un nivel socioeconómico medio-alto. Los encuestados expresaron una inclinación hacia proyectos de remodelación de viviendas, que constituyen una demanda importante dentro del sector de la construcción en Manta
- Preferencias de los clientes: Los consumidores valoran la calidad, precio y garantía como los factores más importantes al momento de elegir una empresa constructora. Además, el 95.2% de los encuestados se mostró dispuesto a contratar una nueva empresa constructora que ofrezca servicios personalizados y de alta calidad
- Frecuencia de uso de servicios: La mayoría de los encuestados utiliza servicios de construcción de forma frecuente (71.4%), lo que refleja una demanda constante para los servicios de remodelación

## **ii. Proyección de la demanda**

Para la proyección de la demanda se destaca lo siguiente:

- **Crecimiento urbano:** Manta ha experimentado un crecimiento inmobiliario significativo. Entre 2022 y 2023, la ciudad recibió \$200 millones en inversión inmobiliaria, con un enfoque en urbanizaciones y proyectos de alto perfil. A medida que la ciudad continúa expandiéndose, la necesidad de servicios de remodelación y adecuación de interiores crecerá junto con la población y el desarrollo de nuevos proyectos.
- **Tendencias de mercado:** Un 76.2% de los encuestados manifestó que es muy probable que realicen una remodelación en sus hogares en un futuro cercano, lo que indica una proyección positiva para la demanda de estos servicios. Además, existe una tendencia creciente hacia remodelaciones ecológicas y sostenibles, con el 81% de los encuestados dispuestos a pagar más por este tipo de servicios, lo que abre oportunidades para la diversificación de la oferta hacia proyectos que promuevan la sostenibilidad.
- **Proyección futura:** Con los resultados obtenidos en las encuestas, se puede proyectar que la demanda de servicios de remodelación de interiores en Manta seguirá aumentando, especialmente en sectores de urbanizaciones y áreas en desarrollo. Esto se debe a una mayor disposición de los clientes a invertir en la mejora de sus viviendas, y a la necesidad de contar con una oferta local especializada, que reduzca la dependencia de empresas foráneas.

## **d. Análisis de la oferta**

### **i. Caracterización de la oferta actual**

Para la oferta actual del proyecto se organiza la información en dos tipos de ofertas:

- Oferta directa: Esta oferta se refiere a las empresas o individuos que ofrecen servicios similares directamente comparables a los de AMZ Builder.

En primera instancia tenemos las consultoras locales de remodelación: Existen empresas locales que se dedican a la remodelación y decoración de interiores. Suelen ofrecer servicios similares, enfocándose en cambios estéticos y funcionales dentro de viviendas, oficinas y locales comerciales. Por lo que estas consultoras se enfocan en brindar soluciones personalizadas.

En segunda instancia tenemos las empresas de construcción y remodelación: Estas son las empresas que ofrecen servicios integrales de construcción pueden ofrecer remodelaciones como parte de un paquete más amplio, pero no necesariamente están especializadas en remodelaciones de interiores, sino que se enfocan en la construcción de manera general.

En tercera y última instancia tenemos a los contratistas independientes: Muchos propietarios optan por contratar a maestros de obra. Estos profesionales suelen ofrecer precios más bajos, por lo que algunos propietarios tienden a elegirlos mucho más seguido. Sin embargo, los contratistas independientes suelen carecer de calidad y garantía que una empresa más formal. Es importante tomar en cuenta a este grupo de profesionales ya que para el emprendimiento puede representar una competencia importante en cuanto a los costos.

- Oferta indirecta: La oferta indirecta incluye a aquellos emprendimientos que, aunque no estén directamente relacionados con remodelaciones, pueden reemplazar la necesidad de estos servicios.

Dentro de la oferta indirecta tenemos la compra de nuevas viviendas, esto se considera importante en sentido de que algunas personas pueden preferir adquirir una nueva vivienda en lugar de remodelar su actual hogar. Esto puede influir en la demanda de los servicios de AMZ

Builder, especialmente en una ciudad como Manta. Los proyectos de urbanización y la construcción de nuevos departamentos en zonas como Umiña y Barbasquillo son un sustituto para los servicios de remodelación.

La decoración y mobiliario como las tiendas especializadas en la venta de muebles y decoración también pueden competir indirectamente al ofrecer soluciones más accesibles para mejorar el aspecto de una vivienda sin necesidad de una remodelación completa.

Los proyectos de construcción de grandes firmas, las constructoras de otras ciudades como Quito y Guayaquil pueden ser vistas como sustitutos en ciertos casos. Estas grandes firmas que desarrollan proyectos en Manta enfocan sus esfuerzos en obras a gran escala, pero aún pueden influir en la percepción de los servicios de remodelación que AMZ Builder desea posicionar en el mercado.

#### **e. Oportunidad de emprender**

Para determinar la demanda insatisfecha, podemos enfocarnos en varios aspectos claves que revelan la necesidad de un servicio especializado en remodelación de interiores en la ciudad de Manta.

El primer factor es el crecimiento de la ciudad y déficit de constructoras locales, ya que la ciudad ha experimentado un crecimiento importante tanto en su población como en su infraestructura. Sin embargo, muchas de las constructoras que operan allí provienen de otras ciudades. Esto deja un vacío de empresas locales que puedan atender de manera eficiente la demanda interna, específicamente en remodelación de interiores.

El segundo factor es la demanda insatisfecha de servicios personalizados, esto quiere decir que existe una demanda creciente por viviendas personalizadas y remodelaciones que se adapten

a las necesidades individuales de los residentes de Manta, pero esta necesidad no está siendo cubierta adecuadamente, ya que las constructoras locales no se especializan en este tipo de proyectos. Ahora también muchas personas consideran más adecuado adquirir una nueva vivienda a que remodelar la antigua.

El tercer factor es la falta de atención a proyectos de pequeña escala, a pesar de que hay grandes inversiones inmobiliarias en Manta, estas se enfocan mayormente en proyectos a gran escala, como urbanizaciones y edificaciones de lujo. Esto ha dejado una oportunidad de negocio para empresas que ofrezcan remodelaciones y adecuaciones de interiores para viviendas de tamaño más reducido y enfocadas en la población local.

El cuarto factor son las preferencias hacia la sostenibilidad, un alto porcentaje de los encuestados en el estudio de mercado mostró interés en pagar más por remodelaciones ecológicas y sostenibles. Sin embargo, hay una falta de oferta local que combine diseño innovador con sostenibilidad ambiental, lo cual representa una clara oportunidad de mercado.

El quinto factor es la proyección positiva de la demanda, según los resultados de la investigación de mercado, el 76.2% de los encuestados expresó una alta probabilidad de realizar remodelaciones en sus hogares en un futuro cercano, lo que indica una proyección de crecimiento constante en la demanda de estos servicios.

## 4. ESTUDIO TÉCNICO

### a. Tamaño del proyecto

Para poder establecer el tamaño óptimo del proyecto de AMZ Builder en la ciudad de Manta, se toma en cuenta tanto la capacidad de generación del servicio que se requiere como la proyección de la demanda y la competencia en el mercado.

Con respecto a la demanda estimada y la cobertura del proyecto, se considera que dada la encuesta el emprendimiento debería cubrir una demanda inicial de al menos 100 proyectos en los primeros dos años, esto quiere decir que aproximadamente por año se deben realizar 50 proyectos. Cabe mencionar que el 71,4% de los encuestados mencionaron usar los servicios de construcción regularmente, lo que indica una demanda constante de remodelaciones.

Para ello se considera que el equipo necesario para asegurar una alta calidad y cumplimiento de los tiempos es de aproximadamente 5 a 7 trabajadores especializados, los cuales van a depender de la magnitud de la remodelación. Este grupo se necesitará por cada proyecto activo, por lo cual permite al equipo atender de 2 a 3 proyectos simultáneamente. También se cuenta con un ingeniero en proyectos y un coordinador de servicio al cliente para gestionar las relaciones con los clientes, los tiempos y las especificaciones que solicitan los clientes.

Es importante considerar que, para ver los tiempos de remodelar una vivienda, va a depender de diferentes factores como lo es: el tamaño de la propiedad, la complejidad o magnitud del proyecto, la disponibilidad de materiales, el estado inicial de la vivienda, y la obtención de permisos.

### **Tabla 2**

*Aproximación de tiempos y trabajadores por servicio*

Servicios	Tiempos	Trabajadores
Remodelación cosmética	3 - 6 meses	5
Remodelación mediana	2 – 8 meses	6
Remodelación integral de una casa	6 – 12 meses	7
Remodelación de baños o cocinas	3 – 4 meses	5

*Nota.* La tabla representa la aproximación de tiempos y trabajadores por servicio, desde una remodelación simple a una remodelación mucho más compleja.

Considerando los tiempos y los trabajadores, ya dependería del tipo de remodelación y de la cantidad de materiales para sacar un aproximado de lo que realmente costaría realizar cada servicio. Incluso dependería del tipo de material que desee ocupar el cliente, ya que el emprendimiento se enfoca en prácticas de construcción sostenible, lo cual le da un plus a los servicios que ofrece la constructora, por ello el personal no solo estará especializado en el área, sino que también estará capacitado en prácticas de construcción sostenible.

### **b. Localización del proyecto**

La localización del proyecto será en la ciudad de Manta, Manabí, por lo tanto, se ha establecido que el cual será destinado en la Avenida 21 calle 16, Barrio Santa Marianita, ya que dado los aspectos a considerar fue la localidad que mejor puntaje tuvo.

### **Tabla 3**

Localización de la oficina del negocio

Factores	Ponderación	Localización 1		Localización 2	
		Calle 12 avenida 36, Barrio Santa Martha		Avenida 21 calle 16, Barrio Santa Marianita	
		Calificación	Calificación	Calificación	Calificación
Accesibilidad del cliente	40%	8	3.2	9	3.6
Viabilidad del cliente	30%	6	1.8	8	2.4
Seguridad	20%	6	1.2	8	1.6
Cercanía a los clientes	5%	9	0.45	9	0.45
Competencia	5%	1	0.05	1	0.05
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>6.7</b>	<b>35</b>	<b>8.1</b>

*Nota.* La tabla representa una evaluación de los lugares a los cuales se consideró poner el negocio, se incluyen los respectivos valores y su ponderación para poder ser calificados.

### **Figura 15**

*Mapa ubicación del proyecto*



*Nota.* Ubicación del emprendimiento. Tomado de Google Maps

### **c. Ingeniería del proyecto**

AMZ Builder un proyecto de constructora especializado en remodelación de interiores, se ubicará en la ciudad de Manta, en el barrio Santa Marianita, específicamente en la avenida 21 calle 16, actualmente esta zona se ha vuelto comercial, está cerca del Mall del Pacífico y de la Avenida Flavio Reyes por lo que se considera una oportunidad realizar el emprendimiento en este lugar. El proyecto en esta zona contará con la oficina del emprendimiento, este lugar estará adecuado para recibir a los clientes que deseen saber de nuestro servicio, va a estar ambientado y cómodo para que el cliente se sienta satisfecho desde la primera visita.

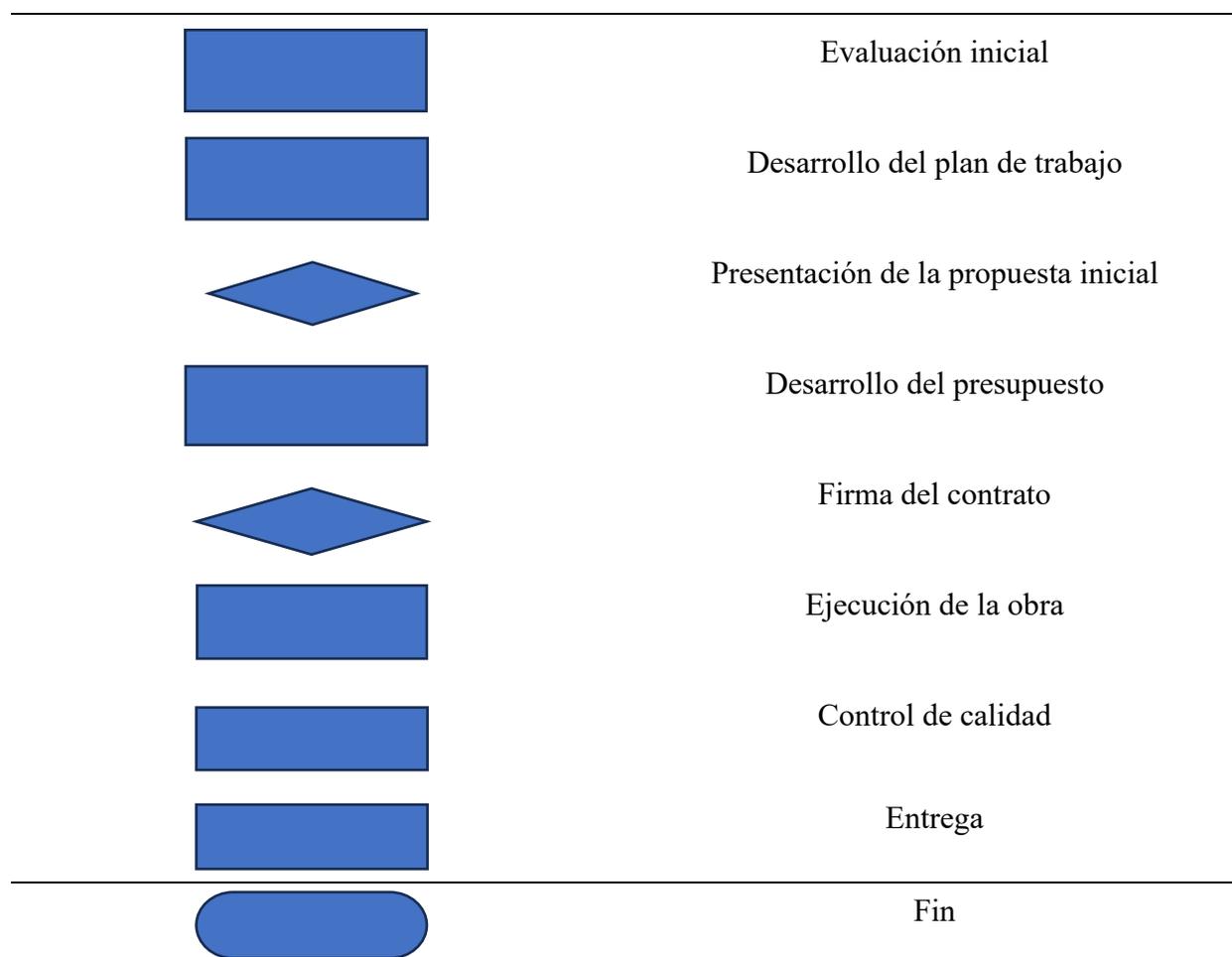
### **i. Proceso de producción y/o generación del servicio**

Para la generación del servicio del emprendimiento AMZ Builder se considera lo siguiente:

**Tabla 4**

*Generación del servicio*





*Nota.* La tabla muestra el proceso de la generación del servicio del emprendimiento, desde su inicio hasta su fin

1. Evaluación inicial: Dentro de la evaluación inicial lo que se hace es realizar una visita de inspección, donde el cliente nos muestre lo que quiere remodelar, dentro de esta evaluación se toman medidas, fotografías y se toma en consideración lo dicho por el cliente.
2. Desarrollo del plan de trabajo: Tomando en cuenta lo demandado por el cliente y los resultados obtenidos de la evaluación inicial, se desarrolla el plan de trabajo, donde se especifica lo que se realizará en el área detallada por el cliente.
3. Presentación de la propuesta: Cuando el plan de trabajo se culmina se procede a presentar la propuesta al cliente, en caso de que la respuesta sea afirmativa, se sigue a la siguiente

actividad, en caso de que la respuesta sea negativa, se procede a volver al desarrollo del plan de trabajo donde se deberá revisar y adecuar a lo solicitado por el cliente.

4. Desarrollo del presupuesto: Una vez que el cliente acepta la propuesta, se procede a realizar el presupuesto donde se establecen los costos según el tipo de remodelación, los materiales y el tiempo estimado. Una vez culminado el presupuesto se presenta al cliente con el respectivo contrato
5. Firma del contrato: Si el cliente está de acuerdo con el presupuesto dado, se procede a firmar el contrato. En caso de que el cliente no esté de acuerdo con el presupuesto o con algunos rubros de este mismo, se procederá a modificar el presupuesto con lo dicho por el cliente.
6. Ejecución de la obra: Una vez firmado el contrato se procede a asignar el personal y recursos para la remodelación, con su respectiva supervisión constante
7. Control de calidad: Durante la obra y al finalizar la obra se verifica que se cumplan con los estándares de calidad establecidos.
8. Entrega: Una vez finalizada la obra y revisado todo se procede a entregar la obra final al cliente.

Cabe recalcar que este servicio contará con garantía y un seguimiento Post-venta, esto más que nada para asegurar la satisfacción del cliente, donde incluso se realiza un feedback para escuchar las opiniones y mejorar nuestro servicio.

### **Tabla 5**

*Actividades y responsables de casa proceso del servicio*

<b>PROCESO</b>	<b>ACTVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>
----------------	-------------------	--------------------

Evaluación inicial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordinar una visita al lugar con el cliente</li> <li>- Realizar una inspección detallada del área a remodelar</li> <li>- Tomar medidas precisas del espacio</li> <li>- Capturar fotografías del lugar actual</li> <li>- Escuchar las necesidades, preferencias y sugerencias del cliente</li> <li>- Registrar toda la información relevante para el proyecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asesor de ventas</li> <li>- Inspector de obras</li> </ul>
Desarrollo del plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar la información obtenida en la evaluación inicial</li> <li>- Diseñar las propuestas de remodelación basadas en las necesidades del cliente</li> <li>- Detallar las tareas específicas a realizar en el proyecto</li> <li>- Seleccionar los materiales necesarios</li> <li>- Determinar el tiempo estima de ejecución</li> <li>- Crear el cronograma de actividades del proyecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gerente de proyectos</li> <li>- Ingeniero Civil</li> <li>- Inspector de obras</li> </ul>
Presentación de la propuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preparar el documento o presentación con el plan de trabajo</li> <li>- Realizar una reunión con el cliente para presentar la propuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asesor de ventas</li> <li>- Gerente de proyectos</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar los detalles técnicos y estéticos del proyecto</li> <li>- Resolver dudas y recibir retroalimentación del cliente</li> <li>- Ajustar la propuesta si es necesario, según los comentarios del cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingeniero Civil</li> </ul>
Desarrollo del presupuesto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calcular los costos asociados a los materiales seleccionados</li> <li>- Estimar los costos de mano de obra según magnitud del proyecto</li> <li>- Incluir costos indirectos como transporte, maquinaria, etc.</li> <li>- Preparar el presupuesto completo en un formato claro y detallado</li> <li>- Adjuntar el contrato y presentarlo al cliente para revisión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gerente de proyectos</li> <li>- Contador</li> <li>- Asesor de ventas</li> </ul>
Firma del contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisar el presupuesto con el cliente para resolver inquietudes</li> <li>- Hacer modificaciones al presupuesto si es necesario</li> <li>- Explicar los términos y condiciones del contrato</li> <li>- Obtener la firma del cliente en el contrato</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asesor de ventas</li> <li>- Contador</li> <li>- Gerente general</li> </ul>

Ejecución de la obra	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acordar los plazos y métodos de pago</li> <li>- Asignar los roles y responsabilidades al equipo de trabajo</li> <li>- Adquirir y transportar los materiales necesarios al lugar de la obra</li> <li>- Supervisar la instalación y ejecución de las tareas</li> <li>- Registrar el avance del proyecto mediante reportes o fotografías</li> <li>- Resolver problemas imprevistos durante la obra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inspector de obras</li> <li>- Maestro de obras</li> <li>- Equipo de trabajo (Albañiles, carpinteros, eléctrico, plomero, pintor)</li> </ul>
Control de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inspeccionar el progreso de la obra de manera regular</li> <li>- Verificar que las tareas cumplan con las especificaciones acordadas</li> <li>- Realizar pruebas y ajustes de instalaciones (eléctricas, de agua, etc.)</li> <li>- Documentar cualquier observación o recomendación</li> <li>- Aprobar la finalización de cada fase del proyecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inspector de obras</li> <li>- Responsables técnicos</li> <li>- Gerente de proyectos</li> </ul>

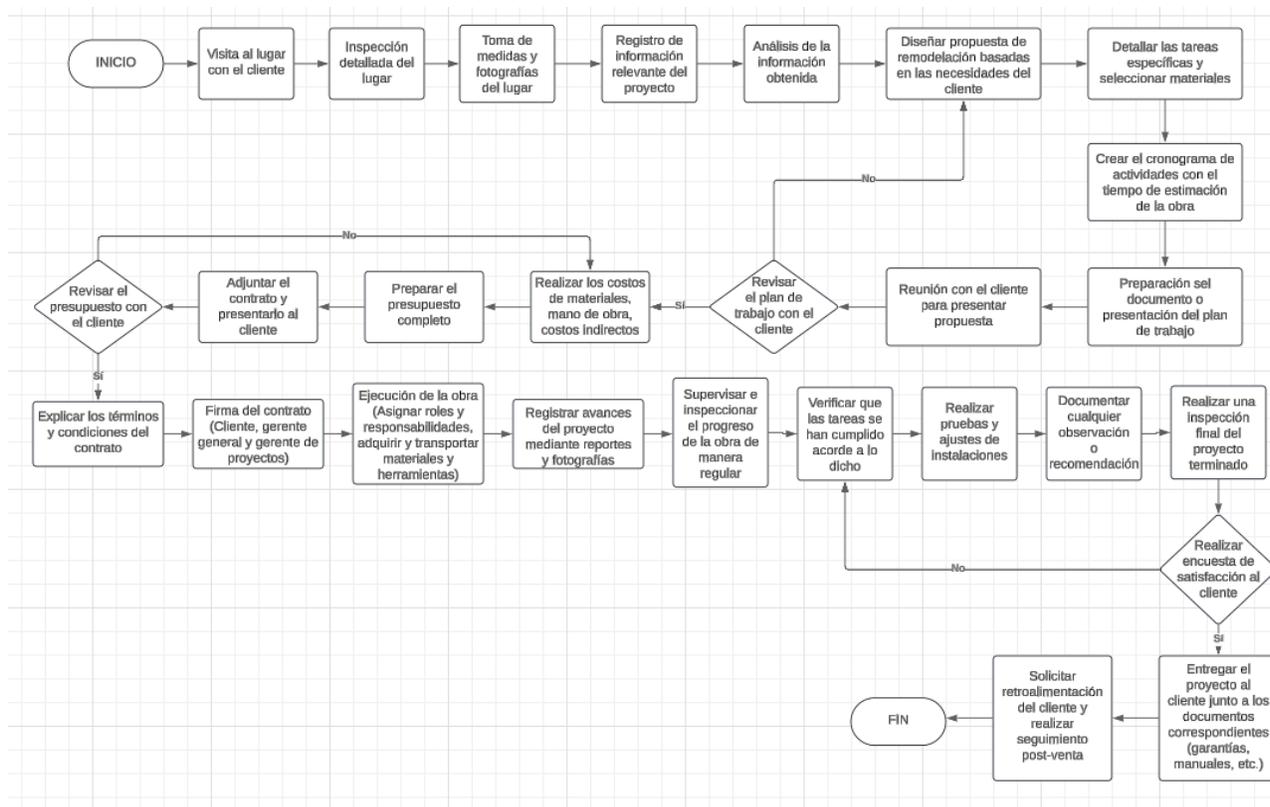
Entrega de la obra	- Realizar una inspección final del proyecto terminado	- Gerente de proyectos
	- Realizar una encuesta de satisfacción al cliente	- Inspector de proyectos
	- Entregar el proyecto al cliente junto con los documentos correspondientes (garantías, manuales, etc.)	- Gerente general
	- Solicitar retroalimentación del cliente sobre la experiencia	
	- Realizar el seguimiento post-venta si está contemplado	

---

*Nota.* La tabla muestra las actividades y responsables de cada proceso del servicio brindado

## **Figura 16**

*Diagrama de flujo*



*Nota.* La tabla muestra el diagrama de flujo respectivo al proceso de generación del servicio.

## ii. Balance de mano de obra y materiales

**Tabla 6**

*Sueldos de los empleados*

Puesto	SBU	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Patronal	Fond os	Vacac iones	Mensu al	Anual
Gerente	\$1200	\$39,17	\$100,00	\$145,80	\$99,9	\$50,0	\$1634,	\$19619,1
General					6	0	93	2
Jefe de proyectos	\$900	\$39,17	\$75,00	\$109,35	\$74,9	\$37,5	\$1235,	\$14831,8
					7	0	99	4

Jefe de administración y finanzas	\$800	\$39,17	\$66,67	\$97,20	\$66,64	\$33,33	\$1103,01	\$13236,08
Coordinador de ventas y marketing	\$750	\$39,17	\$62,50	\$91,13	\$62,48	\$31,25	\$2036,52	\$12438,20
Contador	\$500	\$39,17	\$41,67	\$60,75	\$41,65	\$20,83	\$704,07	\$8448,80
Asesor de ventas	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,25	\$19,58	\$664,17	\$7970,07
Ingeniero Civil	\$800	\$39,17	\$66,67	\$97,20	\$66,64	\$33,33	\$1103,01	\$13236,08
Inspector de obras	\$500	\$39,17	\$41,67	\$60,75	\$41,65	\$20,83	\$704,07	\$8448,80
Maestro de obras	\$480	\$39,17	\$40,00	\$58,32	\$39,98	\$20,00	\$677,47	\$8129,65
Albañiles	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,15	\$19,58	\$664,17	\$7970,07
Carpintero	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,15	\$19,58	\$664,17	\$7970,07

Eléctrico	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,1	\$19,5	\$664,1	\$7970,07
					5	8	7	
Plomero	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,1	\$19,5	\$664,1	\$7970,07
					5	8	7	
Pintor	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,1	\$19,5	\$664,1	\$7970,07
					5	8	7	
<b>TOTAL</b>	<b>\$8750</b>						<b>\$12184</b>	<b>\$146209,</b>
							<b>,08</b>	<b>00</b>

*Nota.* La tabla demuestra los sueldos de todo el personal necesario para la ejecución del emprendimiento de la constructora.

#### **Tabla 7**

*Valores para pagar del IESS*

<b>IESS</b>	<b>Valores</b>
Patronal 12,15%	\$1063,13
Personal 9,45%	\$826,88
<b>MENSUAL</b>	<b>\$1890,00</b>

*Nota.* La tabla demuestra los valores mensuales que se debe pagar la IESS por los empleados.

Dentro de la mano de obra presente en el emprendimiento, tomamos en consideración el personal administrativo y operativo.

El tema de los materiales depende de la obra a realizar, el cliente nos dará a conocer que partes de la vivienda quiere que se remodele y con respecto a la magnitud de la remodelación es que se dará a conocer el valor de los materiales a utilizar.

### iii. Maquinaria y equipo

**Tabla 8**

*Maquinaria*

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. U</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Martillo demoledor eléctrico	6	\$ 1.458,28	\$ 8.749,68
Cortadora de concreto	6	\$ 1.300,00	\$ 7.800,00
Amoladora angular	6	\$ 96,00	\$ 576,00
Taladro percutor	6	\$ 71,44	\$ 428,64
Atornillador eléctrico	6	\$ 92,37	\$ 554,22
Sierra de inglete	6	\$ 914,02	\$ 5.484,12
Pistola para clavos o grapas	6	\$ 61,37	\$ 368,22
Lijadora orbital o de banda	6	\$ 128,28	\$ 769,68
Pistola de pintura eléctrica o compresor con pistola	6	\$ 92,38	\$ 554,28
Pulidora de pisos	6	\$ 2.656,50	\$ 15.939,00
Máquina dobladora de varillas	6	\$ 2.699,00	\$ 16.194,00
Soldadora eléctrica	6	\$ 209,99	\$ 1.259,94
Aspiradora industrial	6	\$ 329,99	\$ 1.979,94
Concretetera	6	\$ 1.999,00	\$ 11.994,00
Rodillo compactador doble tambor	6	\$ 5.999,00	\$ 35.994,00
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>\$ 18.107,62</b>	<b>\$ 108.645,72</b>

*Nota.* La tabla demuestra las maquinarias que se usarán para los proyectos, sus valores y la cantidad de maquinaria que tendrá el emprendimiento

**Tabla 9**

*Herramientas de construcción*

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. U</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Cinta métrica	7	\$ 26,94	\$ 188,58
Niveles (de burbuja, láser o agua)	7	\$ 1,44	\$ 10,08
Escuadras metálicas	7	\$ 3,59	\$ 25,13
Cinceles	7	\$ 15,99	\$ 111,93
Sierra manual	7	\$ 2,70	\$ 18,90
Hacha o pico	7	\$ 20,99	\$ 146,93
Mazo	7	\$ 2,05	\$ 14,35
Pala	7	\$ 5,65	\$ 39,55
Azadón	7	\$ 20,32	\$ 142,24
Carretilla	7	\$ 77,94	\$ 545,58
Rastra o rastrillo	7	\$ 24,87	\$ 174,09
Paleta	7	\$ 11,31	\$ 79,17
Mezclador manual	7	\$ 149,03	\$ 1.043,21
Espátula de diferentes tamaños	7	\$ 6,67	\$ 46,69
Cuchara de albañil	7	\$ 13,55	\$ 94,85
Cubetas o baldes	7	\$ 4,59	\$ 32,13
Rodillos o brochas	7	\$ 2,99	\$ 20,93

Tenazas	7	\$ 9,38	\$ 65,66
Alicates de corte	7	\$ 7,93	\$ 55,51
Moldes o cimbras para concreto	7	\$ 180,00	\$ 1.260,00
Lijadoras manuales	7	\$ 11,91	\$ 83,37
Espátulas dentadas	7	\$ 1,57	\$ 10,99
<b>TOTAL</b>	<b>154</b>	<b>\$ 601,41</b>	<b>\$ 4.209,87</b>

*Nota.* La tabla demuestra la cantidad, valores y total de las herramientas de construcción a utilizar en las remodelaciones del emprendimiento

**Tabla 10**

*Equipo de cómputo*

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. U</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computadoras de escritorio	4	\$ 594,87	\$ 2.379,48
Impresoras escritorio	4	\$ 214,97	\$ 859,88
Laptop	5	\$ 424,97	\$ 2.124,85
Impresoras de factura	2	\$ 98,00	\$ 196,00
DATAFAST	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Caja de dinero registradora	1	\$ 49,80	\$ 49,80
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>\$ 1.394,61</b>	<b>\$ 5.634,01</b>

*Nota.* La tabla demuestra la cantidad y valores necesarios para cubrir la inversión del equipo de cómputo

**Tabla 11**

*Muebles de oficina*

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. U</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorio	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Sillas	24	\$ 119,99	\$ 2.879,76
Estantes	4	\$ 200,00	\$ 800,00
Repisas	4	\$ 26,00	\$ 104,00
Libreros	4	\$ 89,00	\$ 356,00
Sillones	4	\$ 200,00	\$ 800,00
Botes de basura	8	\$ 6,99	\$ 55,92
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>\$ 791,98</b>	<b>\$ 5.595,68</b>

*Nota.* La tabla demuestra la cantidad y valores necesarios para cubrir la inversión de los muebles de oficina

**Tabla 12**

*Vehículos*

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. U</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Camionetas	2	\$ 17.740,00	\$ 35.480,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>\$ 17.740,00</b>	<b>\$ 35.480,00</b>

*Nota.* La tabla demuestra el valor con respecto a el rubro de vehículos, que serán usados para el emprendimiento.

**Tabla 13**

*Equipos de seguridad*

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. U</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
--------------	-----------------	-------------	--------------------

Cámaras de seguridad	6	\$ 194,00	\$ 1.164,00
Alarmas contra robo	2	\$ 29,00	\$ 58,00
Extintores	3	\$ 9,00	\$ 27,00
Generadores de luz	3	\$ 766,94	\$ 2.300,82
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>\$ 998,94</b>	<b>\$ 3.549,82</b>

*Nota.* La tabla demuestra la cantidad y valores necesarios con respecto a los equipos de seguridad que necesitará el emprendimiento.

**Tabla 14**

*Climatización*

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. U</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Aire acondicionado	6	\$ 379,00	\$ 2.274,00
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>\$ 379,00</b>	<b>\$ 2.274,00</b>

*Nota.* La tabla muestra el rubro de climatización, donde se demuestra la cantidad y valores a invertir para la climatización de las oficinas del emprendimiento.

**Tabla 15**

*Total activos fijos*

C1: Maquinaria	\$ 108.645,72
C2: Herramientas de construcción	\$ 4.209,87
C3: Equipo de cómputo	\$ 5.634,01
C4: Muebles de oficina	\$ 5.595,68
C5: Vehículos	\$ 35.480,00

C6: Equipos de seguridad	\$	3.549,82
C7: Climatización	\$	2.274,00
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>165.389,10</b>

*Nota.* La tabla demuestra la totalidad de los activos fijos, de los cuales se invertirá para poder realizar de manera correcta el emprendimiento.

Con respecto a la maquinaria y equipo, tenemos un total de \$39.218,07 dólares incluyendo lo que se va a utilizar en las obras y en las adecuaciones de la oficina central del emprendimiento. Estos activos fijos van a ser financiados a través de un crédito del banco Pichincha.

#### iv. Distribución del establecimiento de generación de servicio

**Figura 17**

*Distribución del establecimiento*



*Nota.* La siguiente figura muestra la distribución del establecimiento de generación de servicios

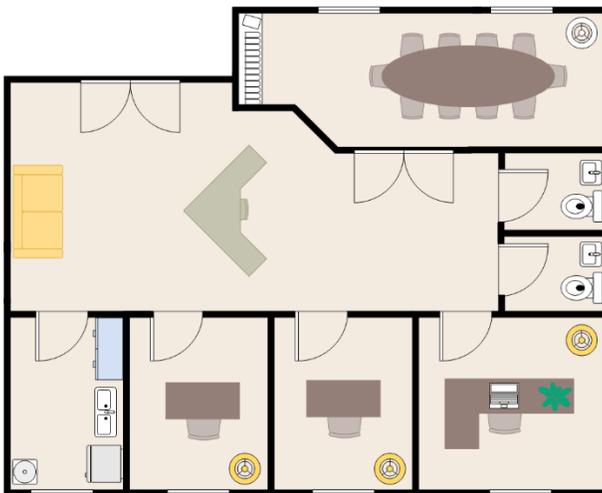
Con respecto a la distribución del establecimiento y generación del servicio se detalla lo siguiente:

- Atención al cliente: Aquí es donde se recibe y asesora al cliente

- Oficina administrativa: Es el espacio para la gestión financiera y organizativa
- Área técnica de diseño: Aquí es donde se crean las propuestas y los respectivos planos
- Área de planificación y reuniones: Esta área es para la coordinación del equipo y los proyectos que se van dando
- Bodega de materiales: Se almacenan las herramientas, materiales y maquinarias para las obras
- Área de descanso: Esta área es más que nada para el bienestar del personal

### Figura 18

*Plano del establecimiento*



*Nota.* La siguiente figura muestra la distribución del establecimiento de generación de servicios

## **5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

### **a. Visión**

Convertirnos en la empresa líder en remodelación de interiores en la ciudad de Manta, reconocidos por nuestra calidad, innovación y compromiso con el bienestar y la sostenibilidad, mejorando la calidad de vida de nuestros clientes y aportando al desarrollo urbano de la comunidad

### **b. Misión**

Somos un emprendimiento que ofrece soluciones personalizadas de remodelación de interiores para las personas que viven en urbanizaciones, condominios y viviendas en la ciudad de Manta. Combinamos un diseño innovador, materiales sostenibles y mano de obra calificada para transformar espacios con calidad, garantía y atención personalizada, impulsando el desarrollo económico local.

### **c. Valores empresariales**

Nuestros valores empresariales van ligados a cómo vamos a ser tanto fuera como dentro de la empresa.

- Innovación: Incorporamos diseños modernos y tendencias sostenibles en cada proyecto
- Calidad: Nos esforzamos por superar las expectativas con acabados excepcionales y duraderos
- Compromiso: Trabajamos para garantizar la satisfacción total de nuestros clientes
- Sostenibilidad: Implementamos prácticas y materiales que respetan el medio ambiente
- Trabajo en equipo: Fomentamos la colaboración entre nuestro equipo, socios y clientes
- Responsabilidad social: Priorizamos el empleo local y el impacto positivo en la comunidad

#### d. Estructura organizacional

**Figura 19**

*Estructura organizacional de AMZ Builder*

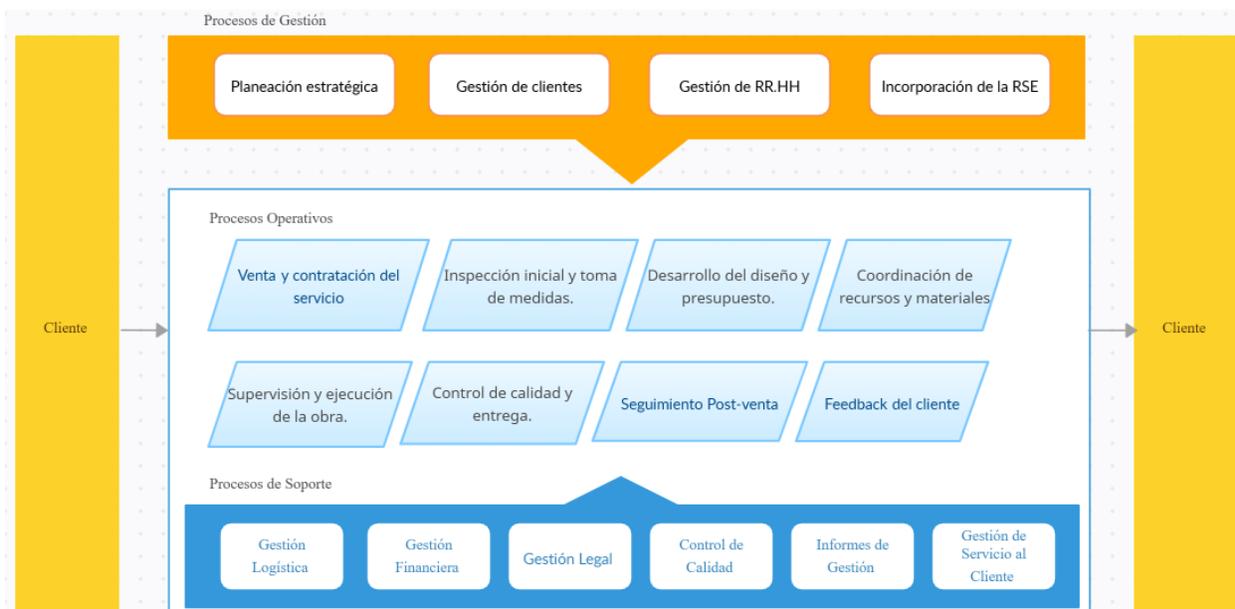


*Nota.* La figura demuestra el organigrama de la empresa, su respectiva estructura organizacional.

## e. Mapa de procesos

**Figura 20**

*Mapa de procesos*



*Nota.* La siguiente figura muestra el mapa de procesos del emprendimiento

## f. Funciones y productos esperados

**Tabla 16**

*Funciones de los empleados*

Cargo	Funciones
Gerente general	Supervisar las operaciones generales, tomar decisiones estratégicas y gestionar recursos humanos y financieros

Jefe de proyectos	Planificar, coordinar y supervisar los proyectos de remodelación, garantizando su cumplimiento en tiempo y presupuesto
Jefe de administración y finanzas	Gestionar el presupuesto, supervisar la contabilidad y asegurar la rentabilidad del negocio
Coordinador de ventas y marketing	Diseñar estrategias de marketing, captar clientes y promover los servicios de remodelación
Ingeniero Civil	Diseñar, calcular y supervisar las estructuras de los proyectos asegurando su viabilidad técnica
Inspector de obras	Supervisar que las obras se realicen conforme a las especificaciones técnicas y normativas
Maestro de obras	Coordinar al personal operativo, verificar la calidad de los materiales y garantizar el avance diario del proyecto
Contador	Registrar y controlar los movimientos financieros y preparar informes contables
Asesor de ventas	Atender a los clientes, ofrecer soluciones personalizadas y cerrar contratos de remodelación

Albañiles	Realizar trabajos de construcción, reparación y acabados en los interiores
Carpinteros	Diseñar, fabricar e instalar muebles, puertas, pisos y otros elementos de madera
Electricista	Instalar y reparar sistemas eléctricos, garantizar la seguridad
Plomero	Realizar instalaciones y reparaciones de tuberías, grifería y sistemas de agua
Pintor	Aplicar acabados y pinturas en paredes, techos y superficies, asegurando la calidad y estética

---

*Nota.*

Con respecto a los productos esperados, en este caso nuestro servicio, se ofrecerán cuatro servicios de los cuales se define con el tamaño de la remodelación que desee el cliente, por lo tanto, tomamos en cuenta lo siguiente:

**Tabla 17**

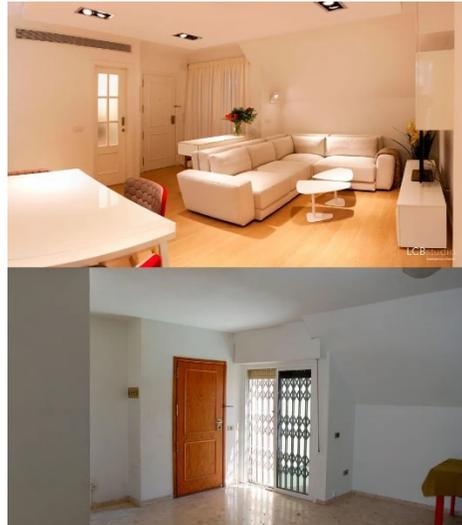
*Servicios esperados*

Tipo de remodelación	Descripción	Ilustración
<b>Remodelación cosmética</b>	Usualmente es cuando los clientes solicitan remodelaciones de cambios de pisos, o de sistemas eléctricos,	

entre otras. Es una remodelación que embellece la vivienda y no se demora mucho tiempo como las otras remodelaciones.

### **Remodelación mediana**

La remodelación mediana es donde usualmente el cliente solicita mucho más que solo una sala de estar, en estas remodelaciones se incluyen salas, comedor y cuartos. Donde incluso el cliente puede hacer la remodelación de todos en caso de lo solicitado por el cliente



### **Remodelación integral de una casa**

La remodelación integral de una casa a diferencia de la demás remodelación, esta abarca toda la vivienda



por eso toma más tiempo, personal y presupuesto

**Remodelación de baños o cocinas** Este tipo de remodelación como su nombre lo dice solo abarca lo que son las cocinas y los baños




---

*Nota.* La tabla demuestra los servicios esperados del emprendimiento

#### **g. Constitución jurídica**

El emprendimiento AMZ Builder tendrá una estructura de sociedad por acciones simplificadas, la cual contará con 3 socios y se registrará como una microempresa, ya que la magnitud que tiene el emprendimiento y la cantidad de empleados que lo conforman lo hacen ser una microempresa. Por lo tanto, estaría conformado de la siguiente manera:

- **Nombre del negocio:** AMZ Builder
- **Tipo de organización:** Sociedad por Acciones Simplificadas
- **Sector de producción:** Construcción
- **CIU:** F41001002: CONSTRUCCIÓN DE TODO TIPO DE EDIFICIOS RESIDENCIALES: CASAS FAMILIARES INDIVIDUALES, EDIFICIOS MULTIFAMILIARES
- **Razón social:** AMZ Builder SAS
- **Representante legal:** Manzaba Zambrano Wilter Alexander
- **Dirección:** Barrio Santa Marianita, avenida 21 calle 16, ciudad de Manta, Manabí.

- **Teléfono:** +593 98 835 7478
- **Correo electrónico:** [amzbuilder76@gmail.com](mailto:amzbuilder76@gmail.com)

Es importante considerar el aporte de los accionistas que integra esta compañía, se toma en cuenta el representante legal y los accionistas minoristas del emprendimiento, cabe recalcar que no tendrán los mismos beneficios.

### **Tabla 18**

#### *Aportes de acciones*

<b>ACCIONISTAS</b>	<b>MONTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Wilter Manzaba Zambrano	\$57712,62	50%
Wilter Manzaba Espinoza	\$23085,05	20%
Klever Manzaba Espinoza	\$23085,05	20%
Alyssa Morán Delgado	\$11542,52	10%
<b>TOTAL</b>	<b>\$115425,23</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla demuestra los aportes de los accionistas mayoritarios y minoritarios que comprende al emprendimiento.

### **Constitución de la empresa**

Como la empresa es una Sociedad por Acciones Simplificadas se debe registrar en la Superintendencia de Compañías, para ello se deben realizar los siguientes pasos:

1. Ingresar al portal web de la SCVS
2. Seleccionar la opción “Portal de Constitución Electrónica de Compañías
3. Presionar la opción “Construir una compañía”

4. Ingresar el usuario y la contraseña
5. Reservar una denominación aprobada por la SCVS
6. Seleccionar una actividad económica principal y varias adicionales

Esto con respecto a la SCVS, también la empresa debe ser inscrita en el registro mercantil, aunque al momento de ingresar al portal en línea de la Superintendencia de compañías automáticamente también se está registrando en el Registro mercantil, puesto que ambos de coordinan de manera directa.

#### **h. Obligaciones tributarias**

Para que la empresa AMZ pueda seguir con sus obligaciones tributarias debe registrarse en el Servicio de Rentas Internas (SRI), para ello debe seguir lo siguiente:

1. Ingresar a la página web: [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)
2. Ingresar el número de identificación y clave, y posteriormente escoger la opción de Inscripción
3. Aceptar los términos y condiciones, e ingresar la información general del contribuyente
4. Ingresar todos los datos solicitados, y posteriormente confirmar la inscripción
5. Una vez realizado debe subir todos los requisitos y anexos solicitados, se presiona confirmar y listo

Dentro de las obligaciones que se tienen que cumplir esta lo siguiente:

1. Declaraciones del impuesto al valor agregado
2. Declaraciones del impuesto a la renta
3. Retenciones en la fuente
4. Registro de documentos como facturas y comprobantes de retención

5. Pagar impuestos locales como la patente municipal y el permiso de funcionamiento

**c. Patentes y licencias necesarias para el emprendimiento**

Para lo correspondiente a las patentes y licencias necesarias para el emprendimiento tenemos los siguientes:

1. Licencia de construcción
2. Permiso de funcionamiento municipal
3. Licencia ambiental
4. Aprobaciones especiales: Dentro de este cabe recalcar que cada vez que se inicia una obra, antes de este se tienen que sacar los permisos necesarios para poder elaborar la remodelación
5. Se realizará el registro al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)
6. Se realizará el cumplimiento de Normas de Seguridad y Salud Ocupacional
7. Se registrará la Marca en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales para establecer el nombre y el logotipo de nuestro emprendimiento

### c. MARKETING ESTRATÉGICO

El objetivo general del plan de marketing estratégico es diseñar e implementar estrategias innovadoras que posicionen a AMZ Builder como líder en remodelaciones de interiores en Manta, destacando por calidad, personalización y sostenibilidad

#### c. Estrategias de producto y diseño

Objetivo del servicio: Ofrecer un servicio de remodelaciones de interiores personalizadas y sostenibles, con un enfoque en la satisfacción del cliente y la innovación.

**Tabla 19**

*Estrategias de producto y diseño*

Estrategias		Políticas		Recursos Humanos		Tiempo de estrategia	Costo
Incorporar	diseños	Usar	materiales	Ingenieros	y	Permanente	\$300
sostenibles		ecológicos	y	diseñadores			
		prácticas	de				
		construcción					
		responsable					
Ofrecer	propuesta	Diseñar	soluciones	Asesores	y	Según	\$200
personalizadas		adaptadas	a las	diseñadores		demanda	
		necesidades					
		específicas	de cada				
		cliente					

Garantizar calidad y post-venta	Proporcionar servicios duraderos con seguimiento post-servicio	Técnicos asesores	y	Permanente	\$100
Implementar innovación tecnológica	Utilizar software avanzado para presentar maquetas virtuales de proyectos	Equipo capacitado	técnica	Permanente	\$100

---

*Nota.* La tabla demuestra las estrategias de producto y diseño para el emprendimiento.

### **b. Estrategias de precio**

Objetivo de precio: Establecer precios competitivos basados en la calidad y sostenibilidad del servicio, ajustados al mercado de Manta.

#### **Tabla 20**

##### *Estrategias de precio*

<b>Estrategias</b>	<b>Políticas</b>	<b>Recursos Humanos</b>	<b>Tiempo de estrategia</b>	<b>Costo</b>
Establecer precios por metro cuadrado	Estandarizar precios según materiales y complejidad del proyecto	Analistas financieros	Permanente	\$250

Ofrecer descuentos promocionales	Proporcionar descuentos a clientes frecuentes y proyectos de gran magnitud	Departamento de ventas	Según campañas	\$200
Diseñar paquetes de remodelación integral	Crear tarifas especiales para remodelaciones completas, incluyendo servicios complementarios	Equipo comercial	Permanente	\$300
Implementar contratos de precio cerrado	Evitar cambios en presupuestos iniciales para garantizar transparencia	Administrativos y legales	Permanente	\$500

---

*Nota. La tabla muestra las estrategias de precio que se implementarán en el emprendimiento.*

### **c. Estrategias de plaza y canales de distribución**

Objetivo de plaza y canales de distribución: Facilitar el acceso a los servicios mediante plataformas digitales y oficinas estratégicamente ubicados en Manta

#### **Tabla 21**

*Estrategias de plaza y canales de distribución*

<b>Estrategias</b>	<b>Políticas</b>	<b>Recursos Humanos</b>	<b>Tiempo de estrategia</b>	<b>Costo</b>
Mantener presencia en redes sociales	Administrar cuentas activas en Instagram, Facebook y LinkedIn	Community Manager	Permanente	\$200
Desarrollar una página web	Crear una plataforma interactiva con información detallada de servicios y cotización en línea	Diseñadores web	Permanente	\$250
Establecer oficina en zona estratégica	Ofrecer un punto de atención al cliente en el barrio Santa Marianita	Equipo administrativo	Permanente	\$200
Participar en ferias locales	Promocionar servicios en eventos del sector construcción e inmobiliario	Equipo de ventas	Según eventos	\$500

*Nota. La tabla demuestra las estrategias de plaza y canales de distribución para el emprendimiento.*

#### d. Estrategias de promoción

Objetivo de promoción: Aumentar el reconocimiento de marca y captar clientes a través de estrategias de comunicación innovadores y directas

**Tabla 22**

#### *Estrategias de promoción*

<b>Estrategias</b>	<b>Políticas</b>	<b>Recursos Humanos</b>	<b>Tiempo de estrategia</b>	<b>Costo</b>
Realizar campañas publicitarias	Diseñar anuncios segmentados según el perfil de cliente	Community manager	Permanente	\$300
Distribuir folletos y tarjetas	Proveer material informativo en puntos estratégicos de Manta	Equipo de diseño y ventas	Permanente	\$150
Implementar programas de fidelización	Ofrecer descuentos y beneficios exclusivos a clientes repetitivos o que nos recomienden	Departamento de ventas	Permanente	\$200
Publicitar en medios locales	Promocionar servicios en radios y periódicos de Manta	Equipo de relaciones públicas	Según campaña	\$400

*Nota.* La tabla muestra las estrategias de promoción del emprendimiento

**Tabla 23***Gastos de ventas*

<b>Gasto de ventas</b>	<b>Valor</b>
Producto	\$700
Precio	\$1,250
Plaza y canales de distribución	\$1,150
Promoción	\$1,050
<b>TOTAL</b>	<b>\$4,150</b>

*Nota.* La tabla muestra el gasto total de ventas para la implementación de las estrategias del emprendimiento.

### **c. ANÁLISIS FINANCIERO**

El análisis financiero del plan de negocio de AMZ Builder tiene como objetivo evaluar la viabilidad económica del emprendimiento, garantizando una inversión sostenible y rentable en el corto y mediano plazo. Este análisis abarca la estimación de los costos iniciales de inversión, incluyendo activos fijos, diferidos y capital de trabajo, así como la proyección de ingresos y gastos operativos y márgenes de utilidad.

El enfoque financiero busca determinar el punto de equilibrio, el periodo de recuperación de la inversión y los flujos de efectivo esperados, asegurando que la empresa cuente con los recursos necesarios para cubrir las operaciones iniciales mientras genera un impacto positivo en el mercado local.

Además, el estudio considera factores externos como la demanda creciente en la ciudad de Manta por servicios especializados de remodelación, la optimización de recursos y la implementación de prácticas sostenibles, lo que agrega valor tanto económico como social al proyecto.

#### **c. Presupuesto de inversión**

Dentro del presupuesto de inversión tomamos en cuenta los activos fijos, los activos diferidos y el capital de trabajo. Dentro de los activos fijos contamos con toda la maquinaria y productos necesarios para empezar con el proyecto, dentro de los activos diferidos contamos con todo lo perteneciente a patentes, licencias, constitución de la empresa, y por último el capital de trabajo donde tomamos en cuenta los costos y gastos que más adelante se detallarán.

Cabe recalcar que para cubrir los activos fijos se realizará un préstamo al banco Pichincha para cubrir la totalidad de activos fijos que necesita el proyecto.

#### **Tabla 24**

*Presupuesto de inversión*

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>Valor</b>
Maquinaria	\$ 108.645,72
Herramientas de construcción	\$ 4.209,87
Equipo de cómputo	\$ 5.634,01
Muebles de oficina	\$ 5.595,68
Vehículos	\$ 35.480,00
Equipos de seguridad	\$ 3.549,82
Climatización	\$ 2.274,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 165.389,10</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Licencias y permisos	\$ 400,00
Gasto de constitución	\$ 200,00
Patentes y marcas	\$ 300,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 900,00</b>
<b>Egresos</b>	
Costos	\$ 19.962,01
Gastos	\$ 6.124,27
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 26.086,28</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 192.375,383</b>

*Nota.* La tabla demuestra el presupuesto de inversión del emprendimiento

**Figura 19**

*Tabla de amortización del préstamo*

Plazo	60 meses (5 años)
Tasa interés nominal	13%
Tasa interés anual	13,8%
Capital	\$77610,00
Total de interés	\$28624,65
Total seguro de desgravamen	\$1511,38
Cuotas	\$1802,27

*Nota.* La tabla muestra los datos sobre el préstamo simulado en el Banco Pichincha

## b. Presupuesto de ingresos

Se toma en consideración la demanda por lo tanto antes de proceder a realizar el presupuesto anual se realiza la estimación de la demanda considerando los servicios a prestar, se toma en cuenta la tasa de crecimiento del sector (0,4%). El precio de venta varia porque cada remodelación tiene diferentes valores, por lo tanto, se procede a dar un valor promedio de cada servicio.

**Tabla 25**

*Estimación de la demanda*

<b>DEMANDA</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>PVP</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Remodelación cosmética	1	12	\$3000	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
Remodelación mediana	1	12	\$4000	\$ 4.000,00	\$ 48.000,00
Remodelación integral de una casa	1	12	\$6500	\$ 6.500,00	\$ 78.000,00
Remodelación de baños o cocinas	2	24	\$2500	\$ 5.000,00	\$ 60.000,00
<b>TOTAL DE SERVICIOS PRESTADOS</b>		<b>60</b>	<b>\$16000</b>	<b>\$ 18.500,00</b>	<b>\$ 222.000,00</b>

*Nota.* La figura demuestra la estimación de la demanda para generar posteriormente el presupuesto de ingresos

Tabla 26

*Presupuesto de ventas*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Servicios prestados</b>	<b>60,00</b>	<b>60,24</b>	<b>60,48</b>	<b>60,72</b>	<b>60,97</b>
<b>Remodelación cosmética</b>	12,00	12,05	12,10	12,14	12,19
<b>Remodelación mediana</b>	12,00	12,05	12,10	12,14	12,19
<b>Remodelación integral</b>	12,00	12,05	12,10	12,14	12,19
<b>Remodelación de baños o cocina</b>	24,00	24,10	24,19	24,29	24,39
<b>Costo total de producción</b>	<b>\$ 82.316,34</b>				
<b>Remodelación cosmética</b>	\$ 20.129,63	\$ 20.129,63	\$ 20.129,63	\$ 20.129,63	\$ 20.129,63
<b>Remodelación mediana</b>	\$ 20.732,05	\$ 20.732,05	\$ 20.732,05	\$ 20.732,05	\$ 20.732,05
<b>Remodelación integral</b>	\$ 21.600,20	\$ 21.600,20	\$ 21.600,20	\$ 21.600,20	\$ 21.600,20
<b>Remodelación de baños o cocina</b>	\$ 19.854,45	\$ 19.854,45	\$ 19.854,45	\$ 19.854,45	\$ 19.854,45

<b>Precio de Venta</b>	<b>\$ 3.700,00</b>				
<b>Remodelación cosmética</b>	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
<b>Remodelación mediana</b>	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
<b>Remodelación integral</b>	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00
<b>Remodelación de baños o cocina</b>	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
<b>Ventas</b>	<b>\$ 222.000,00</b>	<b>\$ 222.888,00</b>	<b>\$ 223.779,55</b>	<b>\$ 224.674,67</b>	<b>\$ 225.573,37</b>
<b>Remodelación cosmética</b>	\$ 36.000,00	\$ 36.144,00	\$ 36.288,58	\$ 36.433,73	\$ 36.579,47
<b>Remodelación mediana</b>	\$ 48.000,00	\$ 48.192,00	\$ 48.384,77	\$ 48.578,31	\$ 48.772,62
<b>Remodelación integral</b>	\$ 78.000,00	\$ 78.312,00	\$ 78.625,25	\$ 78.939,75	\$ 79.255,51
<b>Remodelación de baños o cocina</b>	\$ 60.000,00	\$ 60.240,00	\$ 60.480,96	\$ 60.722,88	\$ 60.965,78
<b>Margen</b>	<b>\$ 139.683,66</b>	<b>\$ 140.571,66</b>	<b>\$ 141.463,21</b>	<b>\$ 142.358,33</b>	<b>\$ 143.257,03</b>
<b>Remodelación cosmética</b>	\$ 15.870,37	\$ 16.014,37	\$ 16.158,94	\$ 16.304,10	\$ 16.449,83
<b>Remodelación mediana</b>	\$ 27.267,95	\$ 27.459,95	\$ 27.652,71	\$ 27.846,25	\$ 28.040,57

<b>Remodelación integral</b>	\$ 56.399,80	\$ 56.711,80	\$ 57.025,04	\$ 57.339,55	\$ 57.655,30
<b>Remodelación de baños o cocina</b>	\$ 40.145,55	\$ 40.385,55	\$ 40.626,51	\$ 40.868,43	\$ 41.111,32
<b>Margen %</b>	<b>63%</b>	<b>63%</b>	<b>63%</b>	<b>63%</b>	<b>64%</b>
<b>Remodelación cosmética</b>	44%	44%	45%	45%	45%
<b>Remodelación mediana</b>	57%	57%	57%	57%	57%
<b>Remodelación integral</b>	72%	72%	73%	73%	73%
<b>Remodelación de baños o cocina</b>	67%	67%	67%	67%	67%

*Nota.* La tabla muestra el presupuesto de ventas considerando el crecimiento de la industria.

Dentro de los cálculos se toma en cuenta el margen en valor monetario y en porcentaje, dando valores positivos por lo tanto si se considera de esta manera las ventas del año. Se considera que si existe una ganancia con respecto a los costos y gastos que presenta el proyecto

### c. Presupuesto de egresos

Se realiza la cédula de costos y gastos detallando lo necesario para cada proyecto, lo cual puede variar, pero se considera que estos valores son los aproximados para la puesta en marcha de cada proyecto.

**Tabla 27**

*Cédula de costos de materia prima de remodelación cosmética*

Producto	Rubro	Cantida d	Precio unitario	Valor total
Remodelación cosmética	Cemento	14	\$ 7,50	\$ 105,00
	Arena	7	\$ 1,10	\$ 7,70
	Grava	7	\$ 22,00	\$ 154,00
	Cerámica	10	\$ 7,13	\$ 71,30
	Marmol	10	\$ 25,00	\$ 250,00
	Granito	7	\$ 59,00	\$ 413,00
	Pinturas	5	\$ 40,00	\$ 200,00
	Tomacorrientes	4	\$ 1,60	\$ 6,40
	Cables electricos	4	\$ 2,52	\$ 10,08
Tuberías	4	\$ 7,00	\$ 28,00	

Pegamentos	4	\$	9,00	\$	36,00
Silicón	4	\$	9,00	\$	36,00
Clavos	4	\$	2,20	\$	8,80
Tornillos	4	\$	15,00	\$	60,00
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>\$</b>	<b>208,05</b>	<b>\$</b>	<b>1.386,28</b>

*Nota.* La tabla demuestra la cedula de costos de materia prima de la remodelación cosmética

### Tabla 28

*Cédula de costos de materia prima de remodelación mediana*

Producto	Rubro	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Remodelación mediana	Cemento	20	\$ 7,50	\$ 150,00
	Arena	10	\$ 1,10	\$ 11,00
	Grava	10	\$ 22,00	\$ 220,00
	Ladrillos	10	\$ 3,20	\$ 32,00
	Cerámica	10	\$ 7,13	\$ 71,30
	Marmol	10	\$ 25,00	\$ 250,00
	Granito	10	\$ 59,00	\$ 590,00
	Pinturas	10	\$ 40,00	\$ 400,00
	Tomacorrientes	5	\$ 1,60	\$ 8,00
	Cables electricos	5	\$ 2,52	\$ 12,60
	Tuberías	7	\$ 7,00	\$ 49,00
	Pegamentos	7	\$ 9,00	\$ 63,00

Silicón	7	\$	9,00	\$	63,00
Clavos	4	\$	2,20	\$	8,80
Tornillos	4	\$	15,00	\$	60,00
<b>TOTAL</b>	<b>129</b>	<b>\$</b>	<b>211,25</b>	<b>\$</b>	<b>1.988,70</b>

*Nota.* La tabla demuestra la cedula de costos de materia prima de la remodelación mediana

**Tabla 29**

*Cédula de costos de materia prima de remodelación integral*

<b>Producto</b>	<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>		<b>Valor total</b>
Remodelación integral		25			
	Cemento		\$	7,50	\$ 187,50
	Arena	12	\$	1,10	\$ 13,20
	Grava	12	\$	22,00	\$ 264,00
	Ladrillos	15	\$	3,20	\$ 48,00
	Cerámica	15	\$	7,13	\$ 106,95
	Marmol	15	\$	25,00	\$ 375,00
	Granito	15	\$	59,00	\$ 885,00
	Pinturas	15	\$	40,00	\$ 600,00
	Tomacorrientes	10	\$	1,60	\$ 16,00
	Cables electricos	10	\$	2,52	\$ 25,20
	Tuberías	10	\$	7,00	\$ 70,00
	Pegamentos	10	\$	9,00	\$ 90,00
	Silicón	10	\$	9,00	\$ 90,00

Clavos	5	\$	2,20	\$	11,00
Tornillos	5	\$	15,00	\$	75,00
<b>TOTAL</b>	<b>184</b>	<b>\$</b>	<b>211,25</b>	<b>\$</b>	<b>2.856,85</b>

*Nota.* La tabla demuestra la cedula de costos de materia prima de la remodelación integral

**Tabla 30**

*Cédula de costos de materia prima de remodelación de baños o cocinas*

<b>Producto</b>	<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Valor total</b>
Remodelación de baños o cocinas	Cemento	10	\$ 7,50	\$ 75,00
	Arena	5	\$ 1,10	\$ 5,50
	Grava	5	\$ 22,00	\$ 110,00
	Marmol	15	\$ 25,00	\$ 375,00
	Pinturas	10	\$ 40,00	\$ 400,00
	Tomacorrientes	5	\$ 1,60	\$ 8,00
	Cables electricos	5	\$ 2,52	\$ 12,60
	Tuberías	5	\$ 7,00	\$ 35,00
	Pegamentos	5	\$ 9,00	\$ 45,00
	Silicón	5	\$ 9,00	\$ 45,00
<b>TOTAL</b>		<b>70</b>	<b>\$ 124,72</b>	<b>\$ 1.111,10</b>

*Nota.* La tabla demuestra la cedula de costos de materia prima de la remodelación de baños o cocinas

**Tabla 31**

*Cédula de costos de costos indirectos de fabricación*

<b>Producto</b>	<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Valor total</b>
Remodelaciones	Cascos	10	\$ 5,00	\$ 50,00
	Guantes	10	\$ 3,00	\$ 30,00
	Botas	10	\$ 30,00	\$ 300,00
	Gasolina	20	\$ 2,75	\$ 55,00
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>\$ 40,75</b>	<b>\$ 435,00</b>

*Nota.* La tabla demuestra la cedula de costos de costos indirectos de fabricación

**Tabla 32***Cédula de gastos*

<b>CEDULA DE GASTOS</b>				
<b>GENERALES-ADMINISTRATIVOS</b>				
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Valor total</b>	
Suministro y materiales	1	\$ 100,00	\$ 100,00	
Factura de electricidad	1	\$ 20,00	\$ 20,00	
Factura de agua	1	\$ 10,00	\$ 10,00	
Factura del internet	1	\$ 42,00	\$ 42,00	
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>\$ 172,00</b>	<b>\$ 172,00</b>	
<b>CEDULA DE GASTOS</b>				
<b>VENTAS-PUBLICIDAD</b>				
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Valor total</b>	
Marketing y publicidad	1	\$ 4.150,00	\$ 4.150,00	

<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>\$</b>	<b>6.600,00</b>	<b>\$</b>	<b>4.150,00</b>
<b>CEDULA DE GASTOS</b>					
FINANCIEROS					
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Precio unitario</b>		<b>Valor total</b>
Tasa de interés activos fijos	1	\$	1.802,27	\$	1.802,27
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>\$</b>	<b>1.802,27</b>	<b>\$</b>	<b>1.802,27</b>

*Nota.* La tabla demuestra la cedula de gastos del emprendimiento donde comprende los gastos generales/administrativos, los gastos de ventas/publicidad y los gastos financieros

**Tabla 33**

*Costo de producción general*

<b>COSTO PRODUCCIÓN GENERAL</b>			
	MATERIA PRIMA	\$	7.342,93
COSTOS	MANO DE OBRA	\$	12.184,08
	CIF	\$	435,00
<b>TOTAL COSTOS</b>		<b>\$</b>	<b>19.962,01</b>
	GENERALES	\$	172,00
GASTOS	VENTAS Y PUBLICIDAD	\$	4.150,00
	FINANCIEROS	\$	1.802,27
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>\$</b>	<b>6.124,27</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$</b>	<b>26.086,28</b>

*Nota.* La tabla muestra el costo de producción total del emprendimiento de la constructora.

**Tabla 34**

*Presupuesto de sueldos*

<b>Puesto</b>	<b>SBU</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Patronal</b>	<b>Fond os</b>	<b>Vacac iones</b>	<b>Mensu al</b>	<b>Anual</b>
Gerente General	\$1200	\$39,17	\$100,00	\$145,80	\$99,9 6	\$50,0 0	\$1634, 93	\$19619,1 2
Jefe de proyectos	\$900	\$39,17	\$75,00	\$109,35	\$74,9 7	\$37,5 0	\$1235, 99	\$14831,8 4
Jefe de administr ación y finanzas	\$800	\$39,17	\$66,67	\$97,20	\$66,6 4	\$33,3 3	\$1103, 01	\$13236,0 8
Coordina dor de ventas y marketing	\$750	\$39,17	\$62,50	\$91,13	\$62,4 8	\$31,2 5	\$2036, 52	\$12438,2 0
Contador	\$500	\$39,17	\$41,67	\$60,75	\$41,6 5	\$20,8 3	\$704,0 7	\$8448,80
Asesor de ventas	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,2 5	\$19,5 8	\$664,1 7	\$7970,07
Ingeniero Civil	\$800	\$39,17	\$66,67	\$97,20	\$66,6 4	\$33,3 3	\$1103, 01	\$13236,0 8
Inspector de obras	\$500	\$39,17	\$41,67	\$60,75	\$41,6 5	\$20,8 3	\$704,0 7	\$8448,80

Maestro de obras	\$480	\$39,17	\$40,00	\$58,32	\$39,98	\$20,00	\$677,47	\$8129,65
Albañiles	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,15	\$19,58	\$664,17	\$7970,07
Carpintero	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,15	\$19,58	\$664,17	\$7970,07
Eléctrico	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,15	\$19,58	\$664,17	\$7970,07
Plomero	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,15	\$19,58	\$664,17	\$7970,07
Pintor	\$470	\$39,17	\$39,17	\$57,11	\$39,15	\$19,58	\$664,17	\$7970,07
<b>TOTAL</b>	<b>\$8750</b>						<b>\$12184,08</b>	<b>\$146209,00</b>

*Nota.* La tabla muestra los valores de los sueldos de los empleados del emprendimiento.

#### **d. Presupuesto de capital de trabajo**

Como los componentes del presupuesto del capital del trabajo con la mano de obra, los materiales y suministros, los servicios, los costos iniciales de marketing, los gastos, entre otros. Se considera lo siguiente:

#### **Tabla 35**

*Costo del proyecto*

INVERSIÓN TOTAL	\$192375,38
-----------------	-------------

*Nota.* La tabla muestra la inversión total de todo el plan de inversión

El plan de inversión del emprendimiento es de \$192375,38 del cual será financiado por parte de los accionistas (60%) y por el crédito bancario (40%).

#### **e. Estructura de la inversión**

El emprendimiento será registrado como Sociedad por Actividades Simplificadas con el dueño y tres accionistas, dos mayoritarios y un minoritario, donde el capital inicial es de \$115425,23 dólares distribuidos en aportaciones proporcionales entre los socios.

**Tabla 36**

*Estructura de la inversión*

<b>ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN</b>	
ACTIVOS FIJOS	\$ 165.389,10
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 900,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 26.086,28
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>\$ 192.375,38</b>
<b>FINANCIAMIENTO</b>	
	<b>Monto</b>
Crédito bancario	\$ 76.950,15
Aporte de socios	\$ 115.425,23
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 192.375,38</b>
<b>ESTRUCTURA ACCIONARIA</b>	
Accionista fundador	\$ 57.712,62

Administrador 1	\$	23.085,05
Administrador 2	\$	23.085,05
Administrador 3	\$	11.542,52
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>115.425,23</b>

*Nota.* La tabla muestra la estructura de la inversión del emprendimiento

## f. Estados financieros

### i. Estado de resultado integral

Dentro del estado de resultados tomamos en cuenta que en el primero se cumple con el 100% de las ventas, el segundo con el 75% de las ventas y el tercero con el 50% de las ventas.

**Tabla 37**

*Estado de resultados con el 100%*

<b>ESTADO DE RESULTADO (100%)</b>	<b>ANUAL</b>
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$ 222.000,00</b>
Remodelación cosmética	\$ 36.000,00
Remodelación mediana	\$ 48.000,00
Remodelación integral	\$ 78.000,00
Remodelación de baños o cocinas	\$ 60.000,00
<b>COSTOS</b>	<b>\$ 19.962,01</b>
Materia prima	\$ 7.342,93
Mano de Obra	\$ 12.184,08
CIF	\$ 435,00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 202.037,99</b>

<b>GASTOS</b>	<b>\$ 25.949,24</b>
Generales	\$ 172,00
Venta y publicidad	\$ 4.150,00
Financieros	\$ 21.627,24
<b>UTILIDAD OPERATIVA-UAII</b>	<b>\$ 176.088,75</b>
<b>IMPUESTOS</b>	<b>\$ 70.435,50</b>
Impuesto a la renta (25%)	\$ 44.022,19
Impuesto utilidad trabajadores (15%)	\$ 26.413,31
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 105.653,25</b>

*Nota.* La tabla muestra el estado de resultados cuando se cumple el 100% de los servicios establecidos.

### Tabla 38

*Estados de resultados con el 75%*

<b>ESTADO DE RESULTADO (75%)</b>	<b>ANUAL</b>
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$ 166.500,00</b>
Remodelación cosmética	\$ 27.000,00
Remodelación mediana	\$ 36.000,00
Remodelación integral	\$ 58.500,00
Remodelación de baños o cocinas	\$ 45.000,00
<b>COSTOS</b>	<b>\$ 19.962,01</b>
Materia prima	\$ 7.342,93
Mano de Obra	\$ 12.184,08

CIF	\$	435,00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$</b>	<b>146.537,99</b>
<b>GASTOS</b>	<b>\$</b>	<b>25.949,24</b>
Generales	\$	172,00
Venta y publicidad	\$	4.150,00
Financieros	\$	21.627,24
<b>UTILIDAD OPERATIVA-UAII</b>	<b>\$</b>	<b>120.588,75</b>
<b>IMPUESTOS</b>	<b>\$</b>	<b>48.235,50</b>
Impuesto a la renta (25%)	\$	30.147,19
Impuesto utilidad trabajadores (15%)	\$	18.088,31
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$</b>	<b>72.353,25</b>

*Nota.* La tabla representa la utilidad neta del ejercicio al 75% de los proyectos realizados.

**Tabla 39**

*Estado de resultados con el 50%*

<b>ESTADO DE RESULTADO (50%)</b>	<b>ANUAL</b>	
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$</b>	<b>111.000,00</b>
Remodelación cosmética	\$	18.000,00
Remodelación mediana	\$	24.000,00
Remodelación integral	\$	39.000,00
Remodelación de baños o cocinas	\$	30.000,00
<b>COSTOS</b>	<b>\$</b>	<b>19.962,01</b>
Materia prima	\$	7.342,93

Mano de Obra	\$	12.184,08
CIF	\$	435,00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$</b>	<b>91.037,99</b>
<b>GASTOS</b>	<b>\$</b>	<b>25.949,24</b>
Generales	\$	172,00
Venta y publicidad	\$	4.150,00
Financieros	\$	21.627,24
<b>UTILIDAD OPERATIVA-UAII</b>	<b>\$</b>	<b>65.088,75</b>
<b>IMPUESTOS</b>	<b>\$</b>	<b>26.035,50</b>
Impuesto a la renta (25%)	\$	16.272,19
Impuesto utilidad trabajadores (15%)	\$	9.763,31
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$</b>	<b>39.053,25</b>

*Nota.* La tabla representa la pérdida al momento de solo realizar el 50% de las ventas proyectadas.

Se considera que, si se cumple en el primero año con los 60 proyectos que se estiman con respecto con la demanda, se tendrá una utilidad de \$105.653,25 por lo tanto el emprendimiento estaría ganando si es que se cumplen con los 60 proyectos estimados. Si solo se cumple con el 75% de los proyectos estimados, o sea con 45 proyectos se obtiene una utilidad de \$72.353,25. Y por último si se cumple solo el 50% de los proyectos estimados, o sea con 30 proyectos se obtendría una utilidad de \$39.053,25.

## ii. Estado de situación general

### Tabla 40

*Balance general proyectado*

<b>ACTIVO</b>		
<b><i>CORRIENTES</i></b>		\$
		146.852,12
<b><u>Efectivo y</u></b>		\$ 146.852,12
<b><u>equivalentes</u></b>		
Caja	\$ 146.852,12	
<b><i>NO CORRIENTES</i></b>		\$
		166.289,10
<b><u>Propiedad, planta</u></b>		\$ 165.389,10
<b><u>&amp; equipo</u></b>		
Maquinaria	\$ 108.645,72	
Herramientas de construcción	\$ 4.209,87	
Equipo de cómputo	\$ 5.634,01	
Muebles de oficina	\$ 5.595,68	
Vehículos	\$ 35.480,00	
Equipos de seguridad	\$ 3.549,82	
Climatización	\$ 2.274,00	
<b><u>Intangibles</u></b>		\$
		900,00
Marcas y patentes	\$ 900,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$ 313.141,22</b>

<b>PASIVOS</b>		
<b><i>CORRIENTES</i></b>		\$
		92.062,74
<hr/>		
<b><u>Laborales</u></b>		\$ 26.413,31
Participación	\$ 26.413,31	
trabajadores por		
pagar		
<b><u>Fiscales</u></b>		\$ 44.022,19
Impuesto renta	\$ 44.022,19	
causado por pagar		
<b><u>Instrumentos</u></b>		\$ 21.627,24
<b><u>financieros</u></b>		
Préstamos a largo	\$ 21.627,24	
plazo		
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>\$ 92.062,74</b>
<hr/>		
<b>PATRIMONIO</b>		
<b><i>CAPITAL SOCIAL</i></b>		\$
		115.425,23
<hr/>		
<b><u>Capital y reservas</u></b>		\$ 115.425,23
Capital acciones	\$ 115.425,23	
comunes y preferidas		
<hr/>		

<b>RESULTADOS</b>		\$
		105.653,25
<b><u>Superavit y utilidades</u></b>		\$ 105.653,25
Utilidades del presente ejercicio	\$ 105.653,25	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 221.078,48</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>\$ 313.141,22</b>

*Nota.* La tabla representa el balance general del emprendimiento con respecto al estado de resultados considerando el 100% del cumplimiento de los proyectos.

### iii. Estado de flujo de efectivo

#### Tabla 41

*Flujo de efectivo proyectado*

<b>FLUJO DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES OPERATIVAS</b>		
<b>OPERATIVAS</b>		
Ingresos	\$	105.653,25
Materiales y sueldos	\$	26.086,28
<b><u>Flujo neto de actividades operativas</u></b>	<b>\$</b>	<b><u>79.566,96</u></b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>		

Compra de activos fijos	\$	165.389,10
Gastos en licencias y patentes	\$	900,00
<b><u>Flujo neto de actividades de inversión</u></b>	<b><u>\$</u></b>	<b><u>166.289,10</u></b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>		
Aporte inicial de los socios	\$	115.425,23
Prestamo bancario	\$	76.950,15
Pago de cuotas del préstamo (1 año)	\$	21.627,24
<b><u>Flujo neto de actividades de financiamiento</u></b>	<b><u>\$</u></b>	<b><u>214.002,62</u></b>
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b><u>\$</u></b>	<b><u>127.280,49</u></b>
<b>SALDO INICIAL DE EFECTIVO</b>	<b><u>\$</u></b>	<b><u>146.852,12</u></b>
<b>SALDO FINAL DE EFECTIVO</b>	<b><u>\$</u></b>	<b><u>274.132,61</u></b>

*Nota.* La tabla muestra el flujo de efectivo del emprendimiento

#### g. Costo de oportunidad

Cálculo de Re (Costo del capital propio), utilizando el modelo CAPM

**Tabla 42**

*CAPM*

CAPM	% libre de riesgo	Beta	Prima de mercado
7,024%	7,00%	1,20%	2,00%
Rentabilidad mínima exigida por el accionista			\$ 8.107,47

*Nota.* La tabla muestra el CAPM del proyecto y la rentabilidad mínima exigida por el accionista

Que el CAPM de un 7,02% indica que los inversionistas esperan obtener al menos este rendimiento para justificar la inversión en el proyecto.

Cálculo del WACC

**Tabla 43**

*Cálculo del WACC*

	ANTES IMP	DESP IMP (25%)	PONDERACIÓN
CAPITAL SOCIAL	7%	7%	60%
BANCOS	14%	10%	40%
			100%
<b>CMPC (WAAC)</b>	<b>8,35%</b>		

*Nota.* La tabla muestra el WAAC del proyecto

Aunque el WACC es mayor al CAPM lo cual indicaría que no es viable el proyecto, se realiza un análisis considerando el TIR y la VAN que en realidad el proyecto si es viable para el funcionamiento.

#### **h. Evaluación financiera**

Para el cálculo del VAN y el TIR se toma en cuenta el presupuesto de ventas, pero al tener una inversión total muy baja y que los flujos de caja sean muy altos se considera que el cálculo del TIR y del VAN son dudosos.

**Tabla 44**

*Cashflow de explotación*

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ingresos</b>	\$ 222.000,00	\$ 222.888,00	\$ 223.779,55	\$ 224.674,67	\$ 225.573,37
<b>Ingresos de ventas</b>	\$ 222.000,00	\$ 222.888,00	\$ 223.779,55	\$ 224.674,67	\$ 225.573,37
Remodelación cosmética	\$ 36.000,00	\$ 36.144,00	\$ 36.288,58	\$ 36.433,73	\$ 36.579,47
Remodelacion mediana	\$ 48.000,00	\$ 48.192,00	\$ 48.384,77	\$ 48.578,31	\$ 48.772,62
Remodelacion integral	\$ 78.000,00	\$ 78.312,00	\$ 78.625,25	\$ 78.939,75	\$ 79.255,51
Remodelacion de baños o cocinas	\$ 60.000,00	\$ 60.240,00	\$ 60.480,96	\$ 60.722,88	\$ 60.965,78
<b>Unidades producidas</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>61</b>	<b>61</b>
Remodelación cosmética	12	12	12	12	12

Remodelacion mediana	12	12	12	12	12
Remodelacion integral	12	12	12	12	12
Remodelacion de baños o cocinas	24	24	24	24	24

---

*Precio de venta*

Remodelación cosmética	\$	\$	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
	3.000,00	3.000,00			
Remodelacion mediana	\$	\$	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
	4.000,00	4.000,00			
Remodelacion integral	\$	\$	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00
	6.500,00	6.500,00			
Remodelacion de baños o cocinas	\$	\$	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
	2.500,00	2.500,00			

---

*Otros ingresos*

<b>Gastos</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>
	<b>82.316,34</b>	<b>82.316,34</b>	<b>82.316,34</b>	<b>82.316,34</b>	<b>82.316,34</b>

---

<b>Costes de producción</b>	\$		\$		\$		
	82.316,34	\$	82.316,34	82.316,34	\$	82.316,34	
Remodelación cosmética	\$		\$		\$		
	20.129,63	\$	20.129,63	20.129,63	\$	20.129,63	
Remodelacion mediana	\$		\$		\$		
	20.732,05	\$	20.732,05	20.732,05	\$	20.732,05	
Remodelacion integral	\$		\$		\$		
	21.600,20	\$	21.600,20	21.600,20	\$	21.600,20	
Remodelacion de baños o cocinas	\$		\$		\$		
	19.854,45	\$	19.854,45	19.854,45	\$	19.854,45	
<b>CASH FLOW DE EXPLOTACIÓN</b>	\$	<b>139.683,66</b>	\$	<b>140.571,66</b>	\$	<b>142.358,33</b>	
				<b>141.463,21</b>		<b>143.257,03</b>	
<b>Gastos Financieros</b>	\$		\$		\$		
	<b>9.461,99</b>	\$	<b>7.846,61</b>	<b>5.995,75</b>	<b>3.875,06</b>	\$	<b>1.445,20</b>
<b>CASH FLOW ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$		\$		\$		
	<b>130.221,67</b>	\$	<b>132.725,05</b>	<b>135.467,46</b>	\$	<b>138.483,27</b>	
					\$	<b>141.811,83</b>	

<i>IMPUESTO A LA RENTA</i>	\$		\$	\$	
<i>(25%)</i>	32.555,42	\$ 33.181,26	33.866,86	34.620,82	\$ 35.452,96
<i>PARTICIPACIÓN DE</i>	\$		\$		
<i>EMPLEADOS (15%)</i>	19.533,25	\$ 19.908,76	20.320,12	20.772,49	\$ 21.271,77
<b>CASH FLOW DE</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>
<b>EXPLOTACIÓN (D.I)</b>	<b>78.133,00</b>	<b>79.635,03</b>	<b>81.280,48</b>	<b>83.089,96</b>	<b>85.087,10</b>

*Nota.* La tabla muestra el cashflow de explotación el cual presenta el flujo de caja respectivo para el cálculo del TIR

**Tabla 45***Cálculo del TIR*

AÑOS	CAPITAL
0	\$ -192.375,38
1	\$ 78.133,00
2	\$ 79.635,03
3	\$ 81.280,48
4	\$ 83.089,96
5	\$ 85.087,10
<b>TIR</b>	<b>31%</b>

*Nota.* La tabla muestra el respectivo cálculo del TIR

**Tabla 46***Cálculo del VAN*

RENTABILIDAD RELATIVA NETA	23%
VAN	\$35.588,04

*Nota.* La tabla muestra el indicador VAN

Con respecto al cálculo del VAN y el TIR, se obtiene una TIR de 31% el cual verificando los demás instrumentos nos podemos dar cuenta que el TIR es mayor al WACC lo que quiere decir que el proyecto es viable, adicional a esto es que si el TIR es de 31% se considera una tasa bastante atractiva ya que genera un rendimiento alto. Y con respecto al VAN mientras sea positivo el resultado cuenta con que el proyecto es viable, ya que el VAN positivo sugiere que la inversión recupera la inversión inicial y genera un excedente de \$35 488,04 en valor presente

### i. Periodo de recuperación de la inversión

Con los datos disponibles del flujo de caja y la inversión inicial se hace el cálculo del PRI

$$PRI = \text{Años completos hasta recuperación} + \frac{\text{Monto restante por recuperar}}{\text{Flujo de caja del año siguiente}}$$

**Tabla 47**

*Periodo de recuperación de la inversión*

<b>Payback</b>		
<b>(Periodo de recuperación)</b>	\$ -192.375,38	Pendiente de recuperar
<b>Año 1</b>	\$78.133,00	\$-114.242,38
<b>Año 2</b>	\$79.635,03	\$-34.607,36
<b>Año 3</b>	<b>\$81.280,48</b>	<b>\$46.673,12</b>
<b>Año 4</b>	\$83.089,96	\$129.763,08
<b>Año 5</b>	\$85.087,10	\$214.850,18

*Nota.* La tabla explica sobre el periodo de recuperación de la inversión del emprendimiento.

De acuerdo con el periodo de recuperación de la inversión, a partir del tercer año se empieza a recuperar la inversión del proyecto

### j. Punto de equilibrio anual

Para el cálculo del punto de equilibrio anual es el nivel de ventas en el que los ingresos cubren exactamente los costos totales, sin generar pérdidas ni ganancias. Se calcula usando lo siguiente:

**Figura 21***Cálculo para el punto de equilibrio anual*

Servicios prestados	Precio de venta	Costo variable	Costo fijo	Demanda anual	%Participación	Margen de contribución	M. Contribución ponderado	Punto de equilibrio		Precio de venta ponderado	Costo variable ponderado
								Unidades	Ingresos		
Remodelación cosmetica	\$ 3.000,00	\$ 1.386,28	\$ 18.743,35	12	20%	\$ 1.613,72	\$ 322,74	2	\$ 5.597,28	\$ 600,00	\$ 277,26
Remodelacion mediana	\$ 4.000,00	\$ 1.988,70	\$ 18.743,35	12	20%	\$ 2.011,30	\$ 402,26	2	\$ 7.463,03	\$ 800,00	\$ 397,74
Remodelacion integral	\$ 6.500,00	\$ 2.856,85	\$ 18.743,35	12	20%	\$ 3.643,15	\$ 728,63	2	\$ 12.127,43	\$ 1.300,00	\$ 571,37
Remodelacion de baños o cocinas	\$ 2.500,00	\$ 1.111,10	\$ 18.743,35	24	40%	\$ 1.388,90	\$ 555,56	4	\$ 9.328,79	\$ 1.000,00	\$ 444,44
<b>TOTAL</b>				<b>60</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 2.009,19</b>	<b>9</b>	<b>\$ 34.516,53</b>	<b>\$ 3.700,00</b>	<b>\$ 1.690,81</b>

*Nota.* La siguiente figura representa los datos realizados para el cálculo del punto de equilibrio

**Tabla 48***Cálculo del punto de equilibrio en ingresos y unidades*

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	Costos fijos/ Margen de contribución ponderado total	<b>9</b>
PUNTO DE EQUILIBRIO EN INGRESOS	P.E Unidades * PV ponderado	<b>\$34.517</b>
PUNTO DE EQUILIBRIO EN INGRESOS	Costos fijos/(1-(CV ponderado/PV ponderado))	<b>\$34.517</b>

*Nota.* La tabla explica sobre el punto de equilibrio en unidades y en ingresos.

## Método gráfico para el cálculo del punto de equilibrio

**Tabla 49**

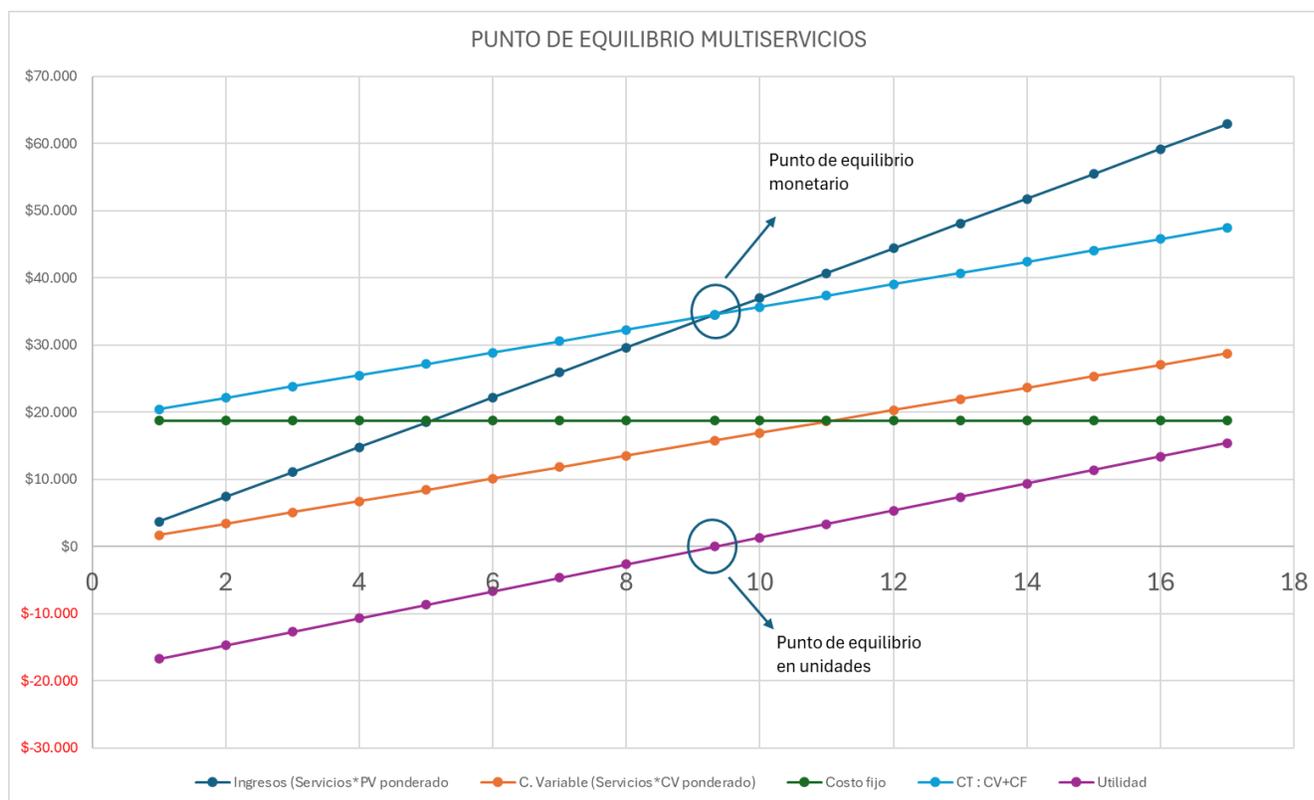
*Tabla para gráfico del punto de equilibrio*

Servicios	Ingresos	C. Variable	Costo fijo	CT : CV+CF	Utilidad
	(Servicios*PV ponderado)	(Servicio*C V ponderado)			
1	\$3.700	\$1.691	\$18.743	\$20.434	\$-16.734
2	\$7.400	\$3.382	\$18.743	\$22.125	\$-14.725
3	\$11.100	\$5.072	\$18.743	\$23.816	\$-12.716
4	\$14.800	\$6.763	\$18.743	\$25.507	\$-10.707
5	\$18.500	\$8.454	\$18.743	\$27.197	\$-8.697
6	\$22.200	\$10.145	\$18.743	\$28.888	\$-6.688
7	\$25.900	\$11.836	\$18.743	\$30.579	\$-4.679
8	\$29.600	\$13.526	\$18.743	\$32.270	\$-2.670
<b>9</b>	<b>\$34.517</b>	<b>\$15.773</b>	<b>\$18.743</b>	<b>\$34.517</b>	<b>\$0</b>
10	\$37.000	\$16.908	\$18.743	\$35.651	\$1.349
11	\$40.700	\$18.599	\$18.743	\$37.342	\$3.358
12	\$44.400	\$20.290	\$18.743	\$39.033	\$5.367
13	\$48.100	\$21.980	\$18.743	\$40.724	\$7.376
14	\$51.800	\$23.671	\$18.743	\$42.415	\$9.385
15	\$55.500	\$25.362	\$18.743	\$44.105	\$11.395
16	\$59.200	\$27.053	\$18.743	\$45.796	\$13.404
17	\$62.900	\$28.744	\$18.743	\$47.487	\$15.413

*Nota.* La tabla explica sobre el punto de equilibrio usando el método gráfico

## Figura 22

### Gráfico del punto de equilibrio



*Nota.* La siguiente figura representa el gráfico del punto de equilibrio tanto en unidades como en ingresos.

El punto de equilibrio en unidades es de 9 proyectos, por lo tanto, si el emprendimiento realiza 9 proyectos llegaremos a un punto donde no obtenemos ni pérdidas ni ganancias, asimismo si obtenemos ingresos de \$34 517 en el primer año no tendremos ganancias ni tampoco pérdidas. Cabe recalcar que para que el emprendimiento genere ganancias debe realizar más de 9 proyectos.

## 8. CONCLUSIONES

El análisis realizado muestra que existe una demanda significativa para servicios de remodelación de interiores en la ciudad de Manta, especialmente entre un público de 25 a 50 años con un nivel socioeconómico medio-alto. Este segmento valora la personalización, la calidad y la garantía como factores principales al seleccionar una constructora, además de estar dispuesto a pagar por remodelaciones sostenibles, lo que abre una oportunidad única para AMZ Builder. La frecuencia de uso de estos servicios y la disposición de los clientes a contratar empresas especializadas destacan la viabilidad del mercado. Sin embargo, la competencia incluye tanto contratistas independientes como grandes constructoras enfocadas en proyectos de gran escala, lo que resalta la necesidad de diferenciarse mediante la especialización en remodelaciones personalizadas. Además, el presupuesto promedio de los clientes y el interés en proyectos sostenibles subrayan la importancia de ajustar precios competitivos y ofrecer servicios innovadores. Finalmente, la percepción de una carencia de empresas locales especializadas confirma la oportunidad de posicionarse como líder en este sector.

## 9. RECOMENDACIONES

Para capitalizar esta oportunidad, AMZ Builder debe enfocarse en ofrecer servicios altamente personalizados y sostenibles, enfatizando la calidad y garantía como diferenciadores clave. Es fundamental establecer precios competitivos mediante estándares claros por metro cuadrado, asegurando contratos transparentes para generar confianza en los clientes. Se recomienda ampliar la presencia digital a través de redes sociales y una página web interactiva, destacando ejemplos de trabajos realizados y proporcionando herramientas para cotizaciones en línea. Además, se debe fortalecer la capacitación del personal en prácticas modernas y sostenibles, asegurando excelencia en la ejecución. Crear alianzas estratégicas con proveedores locales garantizará materiales de calidad a precios accesibles, fortaleciendo la economía local. Por último, se sugiere implementar una estrategia de marketing que comunique el compromiso con la sostenibilidad, respondiendo al creciente interés de los clientes en remodelaciones ecológicas y posicionando a AMZ Builder como un referente innovador y confiable en el mercado.

## 10. ANEXOS

### Anexo 1: Formato de la encuesta

**1. ¿Ha utilizado una constructora al momento de realizar algún servicio de construcción?**

- a) Si
- b) No

NOTA: Si su respuesta fue SI continúe y si su respuesta fue NO se le agradece su comprensión

**2. ¿Reside usted en Manta?**

- a) Si
- b) No

**3. ¿Cuál es su edad?**

- a) 25 a 30 años
- b) 31 a 36 años
- c) 37 a 42 años
- d) 43 a 50 años

**4. ¿Ha utilizado alguna vez los siguientes servicios de construcción?**

- a) Remodelación: Si\_\_\_ No\_\_\_
- b) Rehabilitación: Si\_\_\_ No\_\_\_
- c) Construcción de inmueble nuevo: Si\_\_\_ No\_\_\_
- d) Otro (Especificar): Si\_\_\_ No\_\_\_

**5. ¿Con qué frecuencia utiliza servicios de construcción?**

- a) Siempre

- b) Regularmente
- c) Rara la vez
- d) Nunca

**6. ¿Qué tipo de proyecto le interesa más?**

- a) Construcción de una nueva vivienda
- b) Remodelación de una vivienda existente
- c) Construcción de un edificio multifamiliar
- d) Remodelación de un local comercial

**7. ¿Qué tan probable estaría de realizar una remodelación en su hogar?**

- a) Muy probable
- b) Poco probable
- c) Casi probable
- d) No realizaría una remodelación en mi hogar

**8. En caso de realizar una remodelación en su inmueble, prefiere contratar a**

- a) Una empresa especializada
- b) Maestro de obra
- c) Persona con conocimiento
- d) Prefiere no contratar a nadie y hacerlo usted mismo

**9. ¿Cuál es su presupuesto que utiliza en los servicios de construcción o remodelación?**

- a) Menos de \$10.000
- b) \$10.000 - \$29.999
- c) \$30.000 – \$49.999
- d) \$50.000 o más

**10. ¿Estaría dispuesto a pagar más por una remodelación ecológica y sostenible?**

- a) Muy probable
- b) Probable
- c) Poco probable
- d) No estaría dispuesto a pagar más

**11. ¿Qué aspectos considera más importante al elegir una empresa constructora?**

**(Seleccionar más de uno)**

No	Atributos	Nunca	Casi Nunca	Regularmente	Casi siempre	Siempre
01	Precio					
02	Calidad					
03	Tiempo					
04	Reputación					
05	Garantías					

**12. ¿Considera que Manta necesita de empresas constructoras más especializadas en viviendas y remodelaciones?**

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) No estoy de acuerdo
- d) Muy en desacuerdo

**13. ¿Qué tan probable es que contrate una nueva empresa constructora que ofrece servicios de alta calidad y personalizados?**

- a) Muy probable
- b) Probable
- c) Poco probable
- d) Muy poco probable