



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE REMODELACIÓN, AMPLIACIÓN O MANTENIMIENTO DE
ESPACIOS RESIDENCIALES EN LA CIUDAD DE CUENCA.**

AUTORA:

Serrano Guerrero, María de Lourdes

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TUTORA:

Ing. Solórzano Martínez, Diana Paola, MBA.

Guayaquil, Ecuador

2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la **Diseñadora de Interiores, María de Lourdes Serrano Guerrero**, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de **Magíster en Administración de Empresas**.

DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Ing. Diana Paola Solórzano Martínez, Mgs.

REVISORA

Econ. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.

Guayaquil, a los 2 días del mes de mayo del año 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, María de Lourdes Serrano Guerrero

DECLARO QUE:

El Proyecto de Investigación: **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca”**; previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 02 días del mes de mayo del año 2022

LA AUTORA

María de Lourdes Serrano Guerrero



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, María de Lourdes Serrano Guerrero

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación para Magíster en Administración de Empresas** titulada: “**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 02 días del mes de mayo del año 2022

LA AUTORA:

María de Lourdes Serrano Guerrero



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Reporte Urkund

← → C secure.urkund.com/old/view/115087986-777122-231741#DclxCoAwDAXQu2T+SFKbNPYq4iBFJYNdOop318d76BSUV4b8BTJDFGJlyFAYHMsGgnH1OKPvR1Ue... En pausa

URKUND Abrir sesión

Documento	TESIS FINAL Serrano Maria de Lourdes URKUND 29NOV.docx (D120491252)	Lista de fuentes	Bloques
Presentado por	2021-11-30 08:01 (-05:00) maluserr@hotmail.com	Categoría	Enlace/nombre de archivo
Recibido por	maria.lapo.ucsg@analysis.urkund.com	<input type="checkbox"/>	https://www.omicias.ec/noticias/economia/construccion-movimiento-economia-emergenci...
Mensaje	ANALISIS URKUND: MARIA DE LOURDES SERRANO GUERRERO Mostrar el mensaje como ítem	<input type="checkbox"/>	https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas/analisis/el-sector-constructor-un-termometro-...
	1% de estas 80 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.	<input type="checkbox"/>	https://www.mundoconstructor.com.ec/el-sector-construccion-recupera-lentamente-su-acti...
		<input type="checkbox"/>	https://www.eleconomista.es/status/noticias/10565875/05/20/Nueve-tendencias-que-liderar...
		<input type="checkbox"/>	https://www.homify.es/libros-de-ideas/409665/7-estilos-modernos-para-7-casas-sensaciona...
		Fuentes alternativas	

0 Advertencias. Reiniciar. Compartir

31% #1 Activo

Estilo Contemporáneo Es el que más se escapa de tener un estilo determinado, puesto que acoge las características más atractivas de otros conceptos de diseño. Sin embargo, se puede saber que se está utilizando el estilo contemporáneo por el uso de materiales naturales como piedra o madera para las fachadas, formas

rectas, la utilización de grandes ventanales y techos planos CITATION Kar16 \l 3082 (Ayerve, 2016). Estilo Minimalista Este estilo se basa en el concepto de que menos es más, empleando formas y líneas sencillas en sus fachadas, siendo la geometría la protagonista visual sin necesidad de emplear detalles excesivos e innecesarios. La combinación del color blanco con materiales como la madera hacen que este estilo tenga acabados simples y elegantes CITATION Kar16 \l 3082 (Ayerve, 2016). Estilo Industrial Este estilo aparece de la necesidad de adecuar antiguas fábricas abandonadas para convertirlas en viviendas, es así que nace el concepto de casa contenedor, que se caracteriza por utilizar materiales con mucho hierro descubierto y líneas toscas, utilizando en su mayoría contenedores en desuso CITATION Kar16 \l 3082 (Ayerve, 2016).

Estilo Mediterráneo Las características de este estilo son el uso y aprovechamiento al máximo de la iluminación natural, el uso de colores que generen luminosidad a los espacios como los colores blancos, azules, beige, cremas, ocres o piedra, predomina el uso de materiales pétreos, los suelos son de terracota o madera clara, se utilizan adornos con motivos naturales, en los techos se utilizan colores blancos y se dejan las vigas vistas CITATION Man17 \l 3082 (Navarro, 2017). Estilo Colonial Se caracteriza por ser la mezcla de las culturas indígenas y españolas, viéndose influenciado por el clima, las costumbres y los materiales de cada región; estilo que proporciona al hogar un ambiente cálido y agradable sin importar la dimensión de los espacios, en el que participan activamente los textiles estampados florales con colores claros, la ornamentación basada en cuadros religiosos y objetos artesanales, los colores oscuros, los tallados en madera

11:17 6/12/2021

Agradecimiento

Agradezco primero a Dios, pues sin él nada sería posible.

A familiares y amigos, quienes han contribuido de manera incondicional para que pueda alcanzar las metas que me he propuesto.

A los profesores de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por sus enseñanzas y en especial a mi tutora Mgs. Paola Solórzano que me ha brindado gran apoyo y motivación en esta etapa final de mi titulación.

María de Lourdes Serrano Guerrero

Dedicatoria

A mis padres, quienes han velado por mi bienestar en cada momento de mi vida,
inculcándome valores que me permitieron convertirme en lo que soy.

A mi hija Sofía, la razón para superarme y ser mejor cada día, ella aprenderá con ejemplo, que
con esfuerzo y perseverancia todo se alcanza.

A mi esposo, quien ha estado a mi lado brindándome su amor, apoyo y comprensión en los
altibajos de esta etapa de mi vida.

María de Lourdes Serrano Guerrero

Índice general

Reporte Urkund	V
Agradecimiento	VI
Dedicatoria	VII
Índice general	VIII
Índice de figuras	XIV
Índice de tablas.....	XVII
Resumen	XX
Abstract	XXI
Introducción	1
Antecedentes	4
Objeto de estudio.....	6
Campo de acción	6
Planteamiento del problema	7
Formulación del problema	8
Justificación.....	8
Preguntas de investigación	10
Objetivo general	11
Objetivos Específicos.....	11
CAPÍTULO I.....	12
Marco teórico y conceptual	12
El diseño arquitectónico y su importancia.....	12
Aspecto físico.....	12
Aspecto social	12
Aspecto individual	13

Psicología ambiental.....	13
Labor de los profesionales de la construcción.....	14
Criterios para medir la efectividad de un diseño	16
Diseño residencial. Áreas de una vivienda unifamiliar	17
Área social	17
Áreas de servicio.....	18
Área de descanso.....	19
Área de circulación	19
Estilos arquitectónicos de espacios residenciales	20
Estilo Contemporáneo.....	20
Estilo Minimalista.....	20
Estilo Industrial.....	20
Estilo Mediterráneo.....	21
Estilo Colonial	21
Tendencias de diseño de espacios residenciales.....	21
Antes del Covid-19	21
Durante el Covid-19. Durante la pandemia aparecieron nuevas tendencias:.....	22
El área más importante de la casa.....	23
Efecto de la pandemia Covid-19 en los hogares.....	24
Estudio de factibilidad	27
Estudio de mercado.....	27
Estudio técnico.....	28
Estudio económico-financiero	28
Análisis FODA.....	29
7p's del marketing Mix	29

CAPÍTULO II	32
Marco referencial	32
Sector de la construcción.....	32
Sector de la construcción en el Ecuador	32
Sector de la construcción como generador de empleo.....	37
Remesas como incentivo del Sector Constructivo	39
Créditos destinados al Sector de la Construcción de Viviendas	40
Vivienda en el contexto del Azuay	42
Conceptos básicos.....	42
Remodelar	42
Ampliar	43
Mantenimiento	44
CAPÍTULO III	46
Metodología y resultados	46
Enfoque Mixto.....	46
Tipo de investigación: exploratoria y descriptiva.....	47
Investigación exploratoria.....	47
Investigación descriptiva.....	47
Método Deductivo	47
Técnicas de recopilación de la información	48
Concepto de encuesta.....	48
Concepto de entrevista a profundidad.....	48
Procedimientos	48
Población de estudio y segmento objetivo.....	48
Definición y cálculo de la muestra.....	51

Encuesta	52
Análisis de Resultados de la encuesta	56
Entrevistas a profundidad.....	70
Análisis de resultados de las entrevistas.....	73
Conclusiones finales de encuesta y entrevistas a profundidad	80
CAPÍTULO IV	82
Formulación del proyecto.....	82
Justificación	82
La empresa.....	83
Nombre	83
Misión	84
Visión.....	84
Valores	84
Organigrama	85
Funciones del cargo.....	85
Capacidad instalada.....	88
Estructura legal de la empresa	91
Ventajas.....	91
Desventajas.....	92
Requisitos para constituir una S.A.S.	92
Segmentación.....	93
Posicionamiento publicitario	94
Análisis FODA	95
Marketing Mix de Servicios: 7p´s	96

Producto	96
Precio	96
Plaza	97
Promoción	98
Personas	104
Procesos	105
Evidencias físicas	107
Diseño de la Oficina	107
CAPÍTULO V	111
Evaluación del proyecto	111
Inversión inicial	111
Inversión tangible del proyecto	111
Inversión intangible del proyecto	113
Fuentes de financiamiento	114
Ingresos por venta de servicios	115
Costos fijos	118
Costos variables	120
Evaluación financiera	124
Valor Actual Neto (VAN)	124
Tasa Interna de Retorno (TIR)	124
Análisis de sensibilidad	125
Punto de equilibrio	125
Payback o Período de Recuperación de Inversión (PRI)	127
Conclusiones	129
Recomendaciones	131

Referencias	132
Apéndices	138
Apéndice A. Formulario de la encuesta.....	138
Apéndice B. Autorizaciones de los entrevistados.....	141
Apéndice C. Tabla de Amortización	142
Apéndice D. Detalle de precios unitarios de cada servicio.	144

Índice de figuras

Figura 1. Evolución histórica VAB trimestral.....	33
Figura 2. Sector de la construcción como porcentaje del Producto Interno Bruto 2007-2017	34
Figura 3. Evolución VAB real de la construcción en \$ millones 2007-2017.....	34
Figura 4. Deuda sobre PIB economía ecuatoriana.. ..	35
Figura 5. PIB sectorial (por industria) 2017.....	36
Figura 6. Evolución del PIB de la Construcción.....	37
Figura 7. Plazas de empleo registradas en el IESS según sector económico.	37
Figura 8. Histórico del empleo adecuado en la construcción.....	38
Figura 9. Remesas recibidas de trabajadores.....	40
Figura 10. Desembolso de créditos en US\$.	40
Figura 11. Composición sector de la construcción.	41
Figura 12. Ventas sector construcción de todo tipo de edificios residenciales y casas familiares.....	41
Figura 13. Tenencia de la vivienda en Azuay.	42
Figura 14. Demanda del servicio de mantenimiento y/o remodelación.	45
Figura 15. Enfoque de los servicios ofrecidos.	45
Figura 16. Estratificación del nivel socioeconómico.	49
Figura 17. Sexo al que pertenece.....	56
Figura 18. Rango de edad.....	57
Figura 19. Estado Civil.....	58
Figura 20. Ingresos mensuales.	59
Figura 21. Tipo de vivienda.	60
Figura 22. ¿Ha realizado alguna mejora en su casa?.....	60
Figura 23. ¿Qué servicio ha necesitado?.....	61

Figura 24. ¿A quién ha contratado?.....	62
Figura 25. ¿Con qué frecuencia realiza remodelación, mantenimiento o ampliación para su vivienda?	63
Figura 26. ¿Le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su casa?	64
Figura 27. ¿Cuál ambiente de su casa le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento? .	65
Figura 28. ¿Por qué busca remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su vivienda actual?	66
Figura 29. ¿Contrataría una empresa especializada?.....	66
Figura 30. Atributos que aprecia.	67
Figura 31. ¿Dónde prefiere reunirse?.....	68
Figura 32. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación, mantenimiento o ampliación de su vivienda?	69
Figura 33. ¿Destinaría un mayor presupuesto?	70
Figura 34. Organigrama.	85
Figura 35. Perspectiva oficina Arqanto.....	89
Figura 36. Vista en planta de oficina Arqanto.	89
Figura 37. Logotipo empresa Arqanto.	94
Figura 38. Ubicación de la oficina.	98
Figura 39. Ubicación satelital.....	98
Figura 45. Home de página web.....	101
Figura 46. Instagram.....	102
Figura 47. Twitter.....	102
Figura 48. Página de Facebook.	103
Figura 49. Flujograma de atención al cliente.	106
Figura 50. Planta Arquitectónica oficina Arqanto.....	107
Figura 40. Render sala de espera exterior.	108

Figura 41. Render jardín exterior.	108
Figura 42. Render Interior de la oficina. Vista en planta.	109
Figura 43. Render interior oficina.	109
Figura 44. Render interior oficina.	110
Figura 52. Camioneta Chevrolet D-MAX.	113
Figura 53. Punto de equilibrio.	127

Índice de tablas

Tabla 1 Estilo de vida antes y durante el Covid-19.....	25
Tabla 2 Estratificación del nivel socioeconómico.....	49
Tabla 3 Sexo al que pertenece.....	56
Tabla 4 Rango de edad.....	57
Tabla 5 Estado Civil.....	58
Tabla 6 Ingresos mensuales.....	58
Tabla 7 Tipo de vivienda.....	59
Tabla 8 ¿Ha realizado alguna mejora en su casa?.....	60
Tabla 9 ¿Qué servicio ha necesitado.....	61
Tabla 10 ¿A quién ha contratado?.....	62
Tabla 11 ¿Con qué frecuencia realiza remodelación, mantenimiento o ampliación para su vivienda?.....	63
Tabla 12. ¿Le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su casa?.....	63
Tabla 13. ¿Cuál ambiente de su casa le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento?...	64
Tabla 14. ¿Por qué busca remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su vivienda actual?.....	65
Tabla 15. ¿Contrataría una empresa especializada?.....	66
Tabla 16. Atributos que aprecia.....	67
Tabla 17. ¿Dónde prefiere reunirse?.....	68
Tabla 18. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación, mantenimiento o ampliación de su vivienda?.....	69
Tabla 19. ¿Destinaría un mayor presupuesto?.....	70
Tabla 20. Infraestructura, mobiliario y herramientas.....	90
Tabla 21. Resumen del estudio de mercado.....	93
Tabla 22. Análisis FODA.....	95

Tabla 23. Tarifario de servicios.....	97
Tabla 24. Evidencias Físicas.	110
Tabla 25. Infraestructura y mobiliario.....	111
Tabla 26. Equipos de oficina y computación.	112
Tabla 27. Herramientas para visitas en obra.	112
Tabla 28. Vehículo	113
Tabla 29. Intangibles tecnológicos.....	113
Tabla 30. Publicidad por apertura	113
Tabla 31. Gastos administrativos	113
Tabla 32. Resumen tabla de amortización.....	114
Tabla 33. Demanda proyectada mensual.....	115
Tabla 34. Costo unitario por metro cuadrado.....	117
Tabla 35. Ingresos de ventas proyectados.....	117
Tabla 36. Gastos tecnológicos.....	118
Tabla 37. Publicidad digital	118
Tabla 38. Publicidad tradicional.....	119
Tabla 39. Servicios básicos	119
Tabla 40. Arriendo	119
Tabla 41. Movilización	119
Tabla 42. Depreciación anual.....	120
Tabla 43. Personal bajo relación de dependencia	121
Tabla 44. Personal bajo prestación de servicio	121
Tabla 45. Estado de resultados proyectado a cinco años	122
Tabla 46. Flujo Neto de Efectivo proyectado a cinco años.....	123
Tabla 47. Indicadores VAN y TIR.	125

Tabla 48. Indicadores VAN y TIR. Escenario optimista	125
Tabla 49. Indicadores VAN y TIR. Escenario pesimista	125
Tabla 50. Flujo descontado	128

Resumen

El presente proyecto se enfocó en la realización de un estudio de factibilidad para la creación de la empresa Arqanto, que se dedicará a remodelar, ampliar y dar mantenimiento a espacios residenciales en la ciudad de Cuenca, con la creación de esta empresa se pretende mejorar la calidad de vida de las personas en sus hogares, otorgando un servicio integral, realizado de manera creativa, eficiente y minimizando las molestias del proceso; además, que aportará a la sociedad, generando fuentes de empleo que favorezcan a la economía del país. Se realizó un estudio de mercado usando metodología cuantitativa y cualitativa, en el cual se pudo conocer la demanda insatisfecha, las preferencias y el nivel de aceptación que tendría una nueva empresa que brinde los servicios de readecuación de viviendas. Se efectuó una encuesta virtual con la participación de 384 personas, pertenecientes al segmento de interés y a su vez, entrevistas a profesionales de la construcción para ampliar detalles de los servicios. Mediante el análisis financiero se determinó que el proyecto es viable, presentando un VAN mayor a 0, la TIR proyectada corresponde al 41%, siendo mayor a la tasa de oportunidad; además, que la inversión se recuperará en un tiempo relativamente corto.

Palabras clave: Remodelación, ampliación, mantenimiento, servicio integral, eficiencia, factibilidad.

Abstract

This project focused on conducting a feasibility study for the creation of the company Arqanto, that will be dedicated to remodeling, expanding and maintaining residential spaces in the city of Cuenca, with the creation of this company aims to improve the quality of life of people in their homes, providing a comprehensive service, carried out in a creative, efficient way and minimizing the inconvenience of the process; in addition, to contributing to society, generating sources of employment that favor the economy of the country. A market study was carried out using quantitative and qualitative methodology, in which the unmet demand, preferences and level of acceptance that a new company that provides housing re suitability services could be known. A virtual survey was conducted with the participation of 384 people, belonging to the segment of interest and in turn, interviews with construction professionals to expand details of the services. Through financial analysis it was determined that the project is viable, presenting a VAN greater than 0, the projected TIR corresponds to 41%, being greater than the opportunity rate; in addition, the investment will recover in a relatively short time.

Keywords: Remodeling, expansion, maintenance, comprehensive service, efficiency, feasibility.

Introducción

Desde sus inicios, la humanidad ha sentido la necesidad de habitar lugares que los protegieran de las inclemencias del clima y de los animales salvajes; encontraban cuevas y poco a poco las iban acomodando según sus necesidades para sentir las acogedoras. A medida que ha pasado el tiempo, esta necesidad básica de habitar un espacio ha ido cambiando, pues ahora no sólo es necesario estar cubiertos de un techo y rodeados de paredes para sentirse cómodos, hay varios aspectos que se deben tomar en cuenta como son: la correcta distribución del ambiente, la manera en que los colores influyen en el estado de ánimo, la estética del mobiliario y la implementación de elementos decorativos que permiten la apropiación del entorno, poniéndole una marca personal que le diferencie de los demás. Actualmente, es necesario tener seguridad, comodidad, refugio, paz y demás sensaciones que inviten a habitar un *hogar* al que se ansía llegar después de un largo día de trabajo (Mellado, 1986).

En este momento, el mundo enfrenta a una crisis sanitaria debido a un virus que está afectando a la salud de millones de personas, el llamado coronavirus era desconocido, de la misma manera que la enfermedad que produce: el Covid-19. El primer brote de este virus se dio en Wuhan en diciembre del 2019, al ser una enfermedad altamente contagiosa los gobiernos de diferentes países tomaron la medida de permanecer en cuarentena cerca de dos meses para disminuir los contagios, tiempo en el que el mundo estuvo detenido y con nulo movimiento económico. Han pasado ya varios meses y hace poco se logró fabricar la vacuna que permita volver a la normalidad; entre las medidas que se tomaron en consideración para evitar los contagios están: distanciamiento social, uso de mascarillas, lavado de manos y desinfección de áreas y objetos.

La inminente recesión económica que actualmente afronta el país, según se publicó en el Diario el Comercio, el Fondo Monetario Internacional (FMI) indica que el Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador decreció 6,3% en el 2020, en el contexto de recesión mundial que se estuvo viviendo a raíz por el covid-19 y la caída del precio del crudo; se anuncia que la demanda de viviendas nuevas disminuirá aún más, es innegable que en época de crisis económica las personas no adquieran viviendas nuevas, sino que conserven la casa que poseen y remodelen los espacios para adecuarlos a sus necesidades, incluso podrían optar por ampliaciones si la familia crece o necesita un espacio adicional, para trabajo, ocio, ejercicio, etc. (Tapia, 2020).

El presente proyecto tiene la finalidad de analizar la factibilidad que tendrá la implementación de una empresa que remodele, amplíe y dé mantenimiento a los espacios residenciales en la ciudad de Cuenca de una manera integral, personalizada, tecnológica, rápida y efectiva; prestando un servicio que garantice la satisfacción del cliente, atendiéndolo desde el inicio hasta el final del proyecto, sin tener que preocuparse de nada, dando como resultado un espacio funcional, acogedor, lleno de estilo que cautive y mejore la vida de los ocupantes de la casa; se trabajará bajo el eslogan: *Tú lo imaginas, ¡nosotros lo hacemos por ti!*

De materializarse este proyecto se aportará a mejorar las condiciones y la calidad de vida de las personas que contraten los servicios de la empresa, se proporcionará fuentes de empleo y a su vez se generará la reactivación del sector de la construcción. Dicha empresa contará con el servicio de profesionales capacitados para desarrollar de manera eficiente los servicios solicitados por los usuarios.

El capítulo uno abarca el marco teórico y conceptual, dando a conocer los conceptos básicos sobre el diseño arquitectónico y su importancia, los profesionales de la construcción, el diseño residencial, estilos y tendencias de diseño y el efecto de la

pandemia Covid-19 en los hogares. El capítulo dos muestra el marco referencial que incluye trabajos de similares características, se realizará un análisis de la evolución, cifras del sector de la construcción a lo largo de los años y los factores que han influido para su alteración. El capítulo tres contiene la metodología y resultados del estudio de mercado aplicado al segmento objetivo, para conocer la demanda de los servicios ofrecidos y las características que debe tener dicho servicio. El capítulo cuatro plantea la formulación del proyecto basado en las necesidades del mercado analizadas en el capítulo que antecede. El capítulo cinco se refiere a la evaluación del proyecto mediante el análisis financiero que determina si es o no factible para llevarlo a cabo, abarca también las conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados del presente estudio.

Antecedentes

El sector de la construcción es muy importante para la economía de un país, ya que se ha demostrado que el desarrollo económico se halla estrechamente ligado a él, lo cual lo convierte en un enlace directo o indirecto con todas las demás áreas productivas, tales como: comercio, agricultura, industria, minas, servicios en general, entre otros. Por lo tanto, el incremento o reducción de las actividades en el sector constructivo afectan inevitablemente a los sectores relacionados, disminuyendo o aumentando así la capacidad que tienen para generar fuentes de empleo (Merizalde, 2017). El FMI en 2014, manifestó que el mercado inmobiliario ayuda al desarrollo de un país porque: impulsa inversiones, desarrolla bienes inmuebles tangibles, promueve el bienestar de la sociedad, genera empleo y contribuye al PIB por medio de bienes, capital, producción y consumo (Freire & Freire, 2020).

La construcción en Latinoamérica vio un crecimiento modesto en el 2019, pero para el 2020 se tenía buenas expectativas de expansión, según el análisis realizado por la Asociación de Fabricantes de Equipos de Estados Unidos (AEM). La construcción debía crecer un 1,1% en el 2020 en toda la región, mientras que en el año 2021 hasta 2023, el crecimiento promedio en la región debería ser del 2,6% al año (Brown, 2019).

Con la llegada del Covid-19 todo el crecimiento de la construcción cambió drásticamente a nivel mundial; Sergio Torreti, presidente de la Federación Interamericana de la Industria de la Construcción (FIIC) declara: “Estimamos que esta crisis está generando un gran impacto. Según el FMI para Latinoamérica y el Caribe proyectó una caída promedio de un 5,2% para el año 2020 y una recuperación promedio de 3,4% para el año 2021” (Brown, 2019).

En cuanto al desempleo dentro de las actividades de la construcción, se nota un fuerte incremento que, sin duda, seguirá acentuándose (Latinoamericana, 2020). Este

sector ha perdido alrededor de 5.000 millones de dólares durante la pandemia, según Leopoldo Ocampo (2020), presidente de la Cámara de Industria de la Construcción, la pandemia paralizó al menos 3.000 proyectos a nivel nacional, señala que antes de la pandemia el sector de la construcción generaba más de 500.000 plazas de trabajo en el país y ahora al menos 150.000 empleos directos se han visto afectados por la situación actual.

Se sabe que en el 2007 hubo un significativo crecimiento del sector de la construcción en el Ecuador, que se atribuye principalmente a la fuerte inversión del gobierno de turno en obras de infraestructura, la entrega de bonos para vivienda y la amplia oferta de créditos hipotecarios por parte del Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS), pues los altos precios del petróleo en ese momento histórico proporcionaron liquidez (Guaricela, 2011).

Entre el 2011 y 2012 se presentó un crecimiento indiscutible en este sector, entre el 25% y 16 % respectivamente, pero a partir de mediados del 2012 se evidenció una caída paulatina, debido a varios factores entre los cuales está la crisis económica, entre el 2015 y 2016, leyes como: la de Herencias, la de Plusvalía, el incremento del Impuesto al Valor Agregado (IVA), que causaron mucha incertidumbre entre demandantes y ofertantes quienes optaron por abstenerse de hacer inversiones en este sector, lo cual se publicó en cifras del BCE, evidenciándose una contracción importante, en el 2017 mostró una tasa de variación negativa en su PIB de -5,9% y en el 2018 se recuperó lentamente (Zabala, 2018).

Según el diario El Comercio (2020), las actividades de la construcción se contrajeron tanto en el sector público como en el privado; la actividad empezó a decrecer desde septiembre del 2018, según el Banco Central del Ecuador (BCE); los

contratos para edificación de nuevas viviendas cayeron un 16,8% entre enero y octubre del 2019 en relación a igual período del 2018.

En el Ecuador y específicamente en la ciudad de Cuenca se prestan servicios de remodelación y mantenimiento de casas, estos servicios son realizados en la mayoría de casos por personal independiente que muchas veces carecen de herramientas y capacitación adecuada; por lo tanto, no ofrecen un trabajo garantizado que satisfaga al cliente al momento de recibir el trabajo terminado.

Por otro lado, se ha notado la presencia de muy pocas empresas que se encargan de servicios de adecuación de una manera integral; es decir, desde la conceptualización de la remodelación hasta la implementación de los detalles decorativos finales; además, las empresas que existen no han llegado a trascender dentro del mercado, no ocupan un lugar en la mente del consumidor, ya sea por falta de canales para llegar a sus usuarios o porque simplemente manejan un bajo perfil.

Objeto de estudio

Servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca para identificar la necesidad del mercado y la factibilidad para la creación de una empresa proveedora de estos servicios.

Campo de acción

El campo de acción corresponde al sector de la construcción; el presente estudio se direcciona a la línea de investigación de la maestría en Administración de Empresas “Análisis de los Índices de Rentabilidad”, determinando si es económicamente viable la creación de una empresa que se encargue de remodelar, ampliar y dar mantenimiento a espacios residenciales en la ciudad de Cuenca.

Planteamiento del problema

El problema de esta investigación se basa en determinar si la creación de una empresa que preste servicios de *remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca*, tiene potencial para ser económicamente viable; dado que los usuarios contratan personal independiente que muchas veces no satisface totalmente sus expectativas, surge la necesidad de enfocar este tipo de servicios con la perspectiva de una empresa que brinde un servicio integral; es decir, que el cliente delegue todas las actividades concernientes al proceso de remodelación, ampliación o mantenimiento para que no tenga que preocuparse de nada.

Las personas que desean remodelar, ampliar y dar mantenimiento a la vivienda tienen que dedicar tiempo en localizar a diferentes profesionales, comprar los materiales, preocuparse de que el personal contratado esté cumpliendo con lo acordado y hacer revisiones periódicas para asegurarse de que la obra siga su curso; es por ello, que para la mayoría de las personas este proceso representa una experiencia muy preocupante, pues los usuarios del servicio corren el riesgo de contratar personal no capacitado y que no garanticen la satisfacción esperada al momento de recibir la obra terminada, lo que se podría traducirse en frustración del usuario (Lesmes, 2017).

Cuando se contrata una empresa especializada con profesionales de la construcción: arquitecto y diseñador de interiores, se inicia la obra con los diseños aprobados por el cliente, en los cuales consta la distribución de los espacios, estilos, colores, materiales y texturas. Según Lesmes (2017) con la aprobación previa de los diseños se disminuyen en más de un 70% el riesgo de errores generando ahorro por cuanto no se desperdiciarán recursos en reprocesos y existe mayor control en los tiempos de ejecución y resultado final. En conclusión, el cliente recibe la obra

terminada, totalmente personalizada, cumpliendo el presupuesto establecido, en el tiempo acordado y a entera satisfacción.

Dentro de la ciudad de Cuenca la prestación de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales generalmente no lo hace una empresa que brinde un servicio integral, sino que lo realizan profesionales independientes o contratistas informales que no siempre son personas calificadas para este tipo de trabajo; es por ello, que esta investigación permite conocer si es viable el desarrollo de una empresa que preste el servicio antes mencionado, primero haciendo un análisis a la apreciación, gustos y preferencias que se podrá obtener de personas que determinarán las características que los clientes valoran cuando contratan servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento y luego se realizará un estudio de mercado para señalar cuáles son las condiciones que permiten determinar que la creación de una empresa de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento tiene potencial para ser económicamente viable en la ciudad de Cuenca.

Formulación del problema

¿Es factible la creación de una empresa de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca?

Justificación

Con la creación de una empresa que preste servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento, se pretende mejorar la experiencia de los clientes para hacer este proceso más tolerable, lo sustancial es hacer un excelente trabajo, creando confianza en el cliente para que recomiende en su entorno familiar y social, de esta manera se ganará buena reputación y posicionamiento en el mercado local, con miras a expandirse en la región del austro y a nivel nacional, este posicionamiento dentro del

mercado generará varias fuentes de empleo tanto para profesionales, obreros y proveedores en el área de la construcción.

Franco Lotito (2009) sostiene que, el ambiente de los hogares influencia en la calidad de vida y comportamiento de quienes habitan esos espacios. Ciencias como la psicología, la antropología, la psicología social, etc., aportan con teorías en relación a la influencia que ejerce un determinado espacio sobre el individuo que se encuentra en él, por ejemplo, la agorafobia¹ y claustrofobia².

Este proyecto se orienta con el eje 1 del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 toda una Vida:

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas (...) 1.7 Garantizar el acceso al trabajo digno y la seguridad social de todas las personas. 1.8 Garantizar el acceso a una vivienda adecuada y digna, con pertinencia cultural y a un entorno seguro, que incluya la provisión y calidad de los bienes y servicios públicos vinculados al hábitat: suelo, energía, movilidad, transporte, agua y saneamiento, calidad ambiental, espacio público seguro y recreación. (Gobierno Nacional, 2017-2021, pp. 53-58)

Se pretende cubrir las diversas necesidades del segmento de mercado objetivo, este servicio se enfocará en la remodelación, ampliación o mantenimiento de viviendas, las mismas que generalmente responden a estas razones: deterioro a través del tiempo, incremento en el número de miembros de la familia, deseo de modernizar el estilo de los ambientes, etc. Se conoce que en algún momento los espacios residenciales deben ser

¹ Agorafobia: “Sensación de angustia ante los espacios abiertos, como calles, plazas y otros lugares” (Larousse, 2016, párr. 1).

² Claustrofobia: “Temor anormal a los espacios cerrados” (Larousse, 2016, párr. 1).

intervenidos y eso justifica que la gente va a utilizar el servicio; sabiendo cuáles son las necesidades y expectativas de los clientes, se podrá analizar escenarios para determinar si la creación de la empresa es viable o no en el mercado cuencano.

La autora de este estudio puede contribuir con conocimiento técnico por ser una profesional del diseño interior que aportará con ideas y soluciones eficientes, para que la gente ahorre tiempo, dinero y esfuerzo, empleando recursos tecnológicos para proyectar al cliente imágenes o videos del diseño realizado antes de ser construido, dando así una idea clara de cómo va a quedar el espacio diseñado antes de empezar la obra, pudiendo realizarse los cambios necesarios antes de la intervención, haciendo de este proceso una experiencia más llevadera y satisfactoria para el usuario.

El presente proyecto se direcciona a la línea de investigación que desarrolla la Maestría de Administración de Empresas referente a *Análisis de índices de rentabilidad* que servirá como referencia para futuros profesionales dentro del campo del diseño y del sector de la construcción que deseen iniciar una empresa que brinde sus servicios en cualquier ciudad del Ecuador, aportando a la reactivación económica del país.

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los fundamentos y conceptos básicos del diseño de viviendas?
- ¿Cuál es la situación actual del sector de la construcción a nivel nacional y de la ciudad de Cuenca?
- ¿Cómo, cuándo y de qué manera las personas de la ciudad de Cuenca demandan servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de viviendas?
- ¿Qué modelo de negocio y estrategias deben incorporarse para la implementación de una empresa de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca?

- ¿Es factible la creación de una empresa de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca, basados en el análisis del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR)?

Objetivo general

Desarrollar una investigación de mercado para conocer la necesidad de servicios de remodelación, ampliación y mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca con la finalidad de crear una empresa que brinde servicios integrales y demostrar su factibilidad.

Objetivos Específicos

1. Identificar los conceptos y nociones básicas sobre la vivienda y sus tendencias mediante investigación de fuentes secundarias para determinar la influencia que tiene en la vida de las personas que la habitan.
2. Analizar la situación actual del sector de la construcción mediante el estudio de estadísticas obtenidas de fuentes confiables para identificar los cambios que ha tenido en los últimos años.
3. Identificar la demanda que existe en la ciudad de Cuenca respecto a los servicios de remodelación, ampliación y mantenimiento de espacios residenciales a través de un estudio de mercado que permita conocer las expectativas de los potenciales clientes.
4. Establecer una propuesta de negocio en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado a través del desarrollo del marketing mix para la empresa que brindará servicios integrales.
5. Estimar costos, gastos e ingresos que permitan determinar la viabilidad financiera del proyecto mediante el análisis de indicadores financieros.

CAPÍTULO I

Marco teórico y conceptual

El diseño arquitectónico y su importancia

El diseño arquitectónico se centra en satisfacer las necesidades y demandas, para crear espacios útiles, usando ciertos equipos, herramientas y principalmente la creatividad. El objetivo del diseño arquitectónico es unir lo tecnológico y lo estético. Es así que se entiende que el diseño es el proceso creativo y la arquitectura es la creación y presentación de soluciones a nivel técnico (Mas in collective housing, 2020).

Uno de los factores más importantes para conformar un hogar está en los sentimientos o emociones que la edificación provoca en sus habitantes. El principal objetivo del constructor es encontrar la manera de despertar sentimientos positivos en sus ocupantes, tales como: seguridad, tranquilidad, protección, confort y otros más que contribuyan a la felicidad.

Es muy importante realizar un análisis del entorno físico en el que se encuentra la edificación, ya que de esto depende la distribución y características que se podrían proponer. Sin embargo, lo más importante es realizar un análisis del usuario, que se divide en tres aspectos: físico, social e individual.

Aspecto físico

Es necesario analizar si algún miembro de la familia tiene una situación física especial, en este caso se debe facilitar los accesos a las diferentes partes de la casa, también tomar en cuenta espacio extra en habitaciones y circulaciones.

Aspecto social

Se debe tomar en cuenta la cultura de los ocupantes, costumbres, creencias religiosas, situación económica, si tienen vida social activa, si tienen mascotas, etc.

Aspecto individual

Se trata de analizar las necesidades de cada uno de los miembros de la casa y las actividades que cada uno realiza dentro de cada espacio, los dormitorios estarán totalmente personalizados para cada individuo, mientras que las áreas sociales y de servicios estarán adaptadas a las actividades y costumbres de la familia (Sierra, 2016).

Psicología ambiental

La psicología juega un rol muy importante en la remodelación de un espacio, tanto que un profesional de la construcción, ya sea Diseñador o Arquitecto puede crear entornos que sean capaces de influir en el estado de ánimo de las personas que lo habitan, por tal motivo es necesario que el profesional entreviste a las personas que ocuparán dicho espacio para así entender su cultura, costumbres, personalidad, emociones, necesidades y expectativas.

Es trascendental que el experto entienda toda la información que le brinda el usuario, para que así lo materialice en un proyecto de un espacio que refleje todo lo solicitado por él o los ocupantes de este ambiente, pues deberá provocar en el usuario la sensación de tener un vínculo con el espacio con el cual se identifique y lo haga sentir muy cómodo, hay que recordar que la casa es el refugio donde pasará gran parte de su vida. Uno de los primeros psicólogos en determinar la verdadera importancia de la relación que se produce entre los seres humanos y el medio ambiente fue Lewin (1964). Según sus estudios se pudo dar cuenta de tres aspectos:

- a. El ser humano es capaz de modificar el ambiente que lo rodea, pudiendo convertir un desierto en un paraíso natural.
- b. Se debe considerar al individuo y el medio ambiente como una entidad única e inseparable que interactúan entre sí.

- c. Así como el sujeto afecta al medio ambiente, el medio ambiente también puede afectar al ser que lo habita.

Lewin (1964) se percató que para estudiar esta relación era muy necesario apoyarse con otras ciencias que aporten mayor conocimiento, como la Antropometría y la Ergonomía, que se encargan de estudiar al individuo en relación a su entorno.

La Psicología Ambiental, se acerca a los estudios de la conciencia ambiental del hombre, a todos los procesos a nivel psicológico que actúan entre el ambiente físico y su comportamiento. Además, estos fundamentos tienen la intención de fomentar el respeto por el medio ambiente y asegurar su preservación o para mitigar el agotamiento de recursos no renovables, garantizando el bienestar de las futuras generaciones (Lotito, 2009).

Labor de los profesionales de la construcción

En cuanto a los profesionales que intervienen en el proceso de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios: arquitectos, diseñadores, albañiles, carpinteros, electricistas, gasfiteros, etc., se hablará específicamente de los arquitectos y diseñadores quienes juegan un papel muy importante en este servicio, ya que son los que diagnostican el espacio y por medio de su creatividad lo transforman a gusto del usuario. Cada uno tiene diferentes labores dentro del proyecto y es necesario que puedan consensuar sus ideas mediante buena comunicación, cooperación y respeto mutuo. Cabe recalcar que estos dos profesionales serán los responsables del éxito o fracaso de la remodelación, pues son los encargados de coordinar las acciones del resto de los profesionales que intervendrán en la obra, llevando la batuta en la planificación, el desarrollo de la obra y su cronograma de trabajo (Canfran, 2018).

Diseñador de interiores. El objetivo principal del diseñador de interiores no es otro que llevar a la realidad una visión para los ambientes de trabajo y personales, tiene

la capacidad de crear y desarrollar un proyecto desde su inicio hasta la finalización del mismo.

El diseñador de interiores debe crear un ambiente útil, cómodo, que sea del agrado del cliente, que aproveche al máximo los espacios que ofrece una edificación, al tiempo que mejoran los aspectos menos atractivos del entorno.

El diseñador de interiores se encarga de:

- Analizar varios aspectos del cliente para quien va a diseñar el espacio, tales como: personalidad, percepción del confort, gustos y preferencias.
- Evaluar la manera de intervenir el espacio arquitectónico, mediante el levantamiento de la construcción actual y planos que detallen los cambios a realizarse en la remodelación.
- Trabajar con el arquitecto residente para realizar cambios significativos que favorezcan a la estética y funcionalidad del espacio a intervenir.
- Participar activamente y de forma creativa en los acabados finales de la obra, seleccionando materiales adecuados para cubrir las necesidades del cliente.

El diseñador personaliza los espacios según los gustos, criterios y personalidad de su cliente, usando sus conocimientos para plasmar en los ambientes los requerimientos y anhelos de las personas que ocuparán la vivienda (Neuvoo, s.f.).

Arquitecto. Un arquitecto se encarga de desarrollar proyectos de construcción desde la etapa inicial hasta su finalización, entre sus funciones destacan: diseñar, calcular costos, elaborar presupuestos y liderar a sus equipos para la ejecución de obras arquitectónicas; es un hábil profesional que diseña y enmarca cualquier estructura compleja y garantiza que la infraestructura resista y cuente con detalles estéticos, se encarga de vigilar que la obra en marcha se realice de acuerdo con lo propuesto en el diseño (Romero, s.f.).

El arquitecto es el encargado de:

- Definir objetivos del proyecto.
- Realizar el diseño.
- Elaborar los costos de la obra.
- Entregar el anteproyecto y proyecto final.
- Guiar la implementación del diseño.
- Revisar en caso de haber modificaciones de construcción para su posterior evaluación.
- Liderar los equipos de trabajo.

En conclusión, contar con profesionales de la construcción como: arquitecto y diseñador, es sustancial para el cliente, pues podrá sentirse seguro y apoyado en la personalización de sus ambientes, ya que, poseen criterios y conceptos claros basados en la estética y diseño contemporáneos, que se alejan mucho de ser una simple asesoría en decoración, pues, es una de las tantas dinámicas con las cuales se trabaja, los diseñadores van más allá de lo superficial y logran hacer de los espacios, un ambiente que satisfaga los gustos y el confort de sus usuarios (Polifroni, 2012).

Criterios para medir la efectividad de un diseño

Existen varios criterios muy importantes a tomar en cuenta para determinar si un diseño es efectivo o cumple con su objetivo y se enumeran a continuación:

1. Función y objetivo:

Debe cumplir la función y objetivos para lo cual fue diseñado.

2. Utilidad, economía y sostenibilidad:

El diseño debe ser útil, de precio alcanzable y sostenible en cuanto a la selección de materiales y técnicas constructivas.

3. Forma y estilo:

El diseño debe ser atractivo a la vista y al resto de los sentidos; además, de cumplir con criterios de estilos de diseño que se encuentren en tendencia o que prefiera el cliente en el momento de la remodelación.

4. Imagen y significado:

El diseño debe transmitir una imagen que los usuarios la relacionen con algún significado especial para ellos, que lleguen a apropiarse de su espacio, es decir, sientan un vínculo emocional con él, pues es el lugar donde pasarán gran parte de su tiempo.

5. Diseño sostenible:

Es importante ofrecer soluciones de diseño aplicando nociones de arquitectura sostenible, las cuales se obtienen: reduciendo, reutilizando y reciclando el mayor número de materiales que sea posible, evaluando el impacto sobre el medio ambiente y la salud, mediante la adquisición de los materiales amigables que no resulten peligrosos para las personas que habitarán estos espacios y lo más importante, diseñando para conseguir la mayor eficiencia energética en cuanto a herramientas y procesos (Ching & Binggeli, 2012).

Diseño residencial. Áreas de una vivienda unifamiliar

Para la correcta distribución de una vivienda se debe tomar en cuenta las cuatro funciones bases que se desarrollan dentro de un hogar, las cuales se dividen en área social, área de servicio, área de descanso y área de (secretosparacontar, 2011).

Área social

Es el área destinada a recibir a los visitantes o amigos de confianza, las actividades que se desarrollan en estas áreas son: convivir, comer, leer, descansar, entre otras.

Sala social. La sala es la habitación principal de una casa destinada para recibir visitas o realizar diferentes actividades como escuchar música, leer, etc. (Real Academia Española, 2014).

Comedor. Se llama comedor al ambiente o espacio dentro de la vivienda que se destina al acto de comer o ingerir alimentos. En las viviendas, el comedor puede estar dedicado únicamente a esta acción o puede ser un sector integrado a otro ambiente.

Estudio: Es el área destinada para realizar algún tipo de trabajo, ya sea para el área de la educación o el área laboral (Pérez J. , 2017).

Áreas de servicio

Son áreas que se encuentran no tan expuestas a los visitantes, en estos lugares se cumplen varias actividades relacionadas al aseo, almacenamiento, preparación de alimentos, lavado, planchado. etc.

Cocina. Habitación o lugar de la casa en el cual se prepara y guisa la comida (RAE, 2014).

Lavandería. Lugar donde se realiza el lavado de la ropa (RAE, 2014).

Baño. Cuarto de una vivienda, con lavabo, ducha, bañera, inodoro y otros. Cuarto o ambiente que, en una construcción, está destinado a la evacuación de los desechos fisiológicos y al aseo personal (RAE, 2014).

Alacena. Espacio construido a manera de armario en el espesor de un muro o en el hueco de una pared y cerrado con puertas (RAE, 2014). Lo habitual es que la alacena se encuentre en la cocina o en el comedor de la casa pues, permite almacenar alimentos, cubiertos, vajilla, vasos, copas, manteles, servilletas, entre otros elementos que se utilizan a la hora de comer (Pérez J. , 2017).

Bodega. Lugar para almacenamiento de cosas o productos.

Área de descanso

Es una zona privada donde sólo ingresa la familia, cuyas principales actividades son: dormir, descansar, estar, entretenerse, vestirse, estudiar, trabajar.

Dormitorio. En una vivienda, es la habitación destinada para dormir (RAE, 2014). Además, de su uso más frecuente vinculado al reposo, el dormitorio también llamado alcoba, pieza o cuarto es un lugar que se puede aprovechar para diversas actividades de descanso e incluso, puede convertirse en un lugar de trabajo con el uso de un ordenador portátil (Pérez J. , 2017).

Sala de estar. “Cuarto que comparten los habitantes de una vivienda para conversar, leer, ver la televisión, etc.” (RAE, 2014, párr.1). “La sala de estar, también denominada como cuarto de estar o living, es el espacio destinado a realizar actividades de ocio” (Pérez J. , 2017, párr.3).

Área de circulación

Conecta las diferentes áreas de la casa, tanto de manera horizontal como verticalmente.

Gradas. Conjunto de soportes planos sucesivos (escalones, gradas o peldaños) dispuestos paralelamente, para posibilitar la comunicación entre diferentes niveles o plantas de una construcción (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural de Ecuador, 2010).

Pasillos. Pieza de paso, generalmente estrecha y larga, que se usa para comunicar el acceso de unas habitaciones con otras en el interior de una vivienda (INPC, 2010).

Patio. Espacio cerrado con paredes o pasillos, que, en las casas y otros edificios se suele dejar al descubierto (RAE, 2014).

Estilos arquitectónicos de espacios residenciales

Los estilos arquitectónicos hacen que una edificación sea notable e identificable en la historia. Un estilo incluye varios elementos, tales como: forma, métodos constructivos, materiales de construcción, etc.; en la arquitectura se puede decir que la cronología de los estilos cambia con el tiempo, reflejando las modas, creencias religiosas, aparición de nuevas tendencias, tecnología o materiales de construcción. A continuación, se enumeran algunos de los estilos arquitectónicos más usados:

Estilo Contemporáneo

Es el que más se escapa de tener un estilo determinado, puesto que acoge las características más atractivas de otros conceptos de diseño. Sin embargo, se puede saber que se está utilizando el estilo contemporáneo por el uso de materiales naturales como piedra o madera para las fachadas, formas rectas, la utilización de grandes ventanales y techos planos (Ayerve, 2016).

Estilo Minimalista

Este estilo se basa en el concepto de que *menos es más*, empleando formas y líneas sencillas en sus fachadas, siendo la geometría la protagonista visual sin necesidad de emplear detalles excesivos e innecesarios. La combinación del color blanco con materiales como la madera hacen que este estilo tenga acabados simples y elegantes (Ayerve, 2016).

Estilo Industrial

Este estilo aparece de la necesidad de adecuar antiguas fábricas abandonadas para convertirlas en viviendas, es así que nace el concepto de *casa contenedor*, que se caracteriza por utilizar materiales con mucho hierro descubierto y líneas toscas, utilizando en su mayoría contenedores en desuso (Ayerve, 2016).

Estilo Mediterráneo

Las características de este estilo son el uso y aprovechamiento al máximo de la iluminación natural, el uso de colores que generen luminosidad a los espacios como los colores blancos, azules, beige, cremas, ocre o piedra; predomina el uso de materiales pétreos, los suelos son de terracota o madera clara, se utilizan adornos con motivos naturales, en los techos se utilizan colores blancos y se dejan las vigas vistas (Navarro, 2017).

Estilo Colonial

Se caracteriza por ser la mezcla de las culturas indígenas y españolas, viéndose influenciado por el clima, las costumbres y los materiales de cada región; estilo que proporciona al hogar un ambiente cálido y agradable sin importar la dimensión de los espacios, en el que participan activamente los textiles estampados florales con colores claros, la ornamentación basada en cuadros religiosos y objetos artesanales, los colores oscuros, los tallados en madera para muebles, puertas y ventanas; los materiales utilizados son: teja para los techos, piedra para los muros, paredes blancas combinadas con colores vivos y sobre todo la utilización de vegetación que es un elemento infaltable para la decoración de una vivienda colonial (Caro, 2019).

Tendencias de diseño de espacios residenciales

Antes del Covid-19

Los hogares seguían las siguientes tendencias:

Importancia de los exteriores. La tendencia arquitectónica para espacios exteriores como patios o terrazas, apuesta por sacarle mayor provecho a esta área, pudiendo ser utilizada durante todo el año, teniendo un espacio aislado de las inclemencias del clima y así poder realizar cualquier actividad de ocio.

Hogares inteligentes. Se pretende automatizar una vivienda de cualquier tipo, utilizando la tecnología para: el encendido de luces, regulación de temperatura, encendido de cámaras de seguridad, control de audio, etc. Este control se realiza a través de un celular, tablet o computador desde cualquier parte del mundo.

Materiales. Se apuesta por materiales industrializados como el hierro, aluminio, madera, plástico etc., que sean de preferencia realizados con materiales reciclados, de bajo costo y con filosofía eco-friendly o ecológicamente amigable.

La cocina cobra protagonismo. Se pretende dar protagonismo a esta área del hogar puesto que, es la parte de la vivienda donde se pasa el mayor tiempo, dando a la cocina un ambiente más amplio y elegante.

Casas pasivas. El principal objetivo de estas viviendas es contribuir a mejorar la salud y la calidad de vida de quienes las habitan a través de un ambiente sostenible, utilizando los recursos ambientales disponibles y procurando su máximo ahorro (Dimensión-Arquitectura Interior, 2020).

A raíz de la presencia del Covid-19 se ha podido observar las limitaciones que existen en las viviendas, es por ello que el sector de la construcción ha empezado a valorar la importancia de los espacios abiertos y flexibles, la correcta orientación, la calidad de los materiales y productos de construcción, la comodidad interior, las tendencias y nuevas tecnologías. A continuación, se detallan las nuevas tendencias de arquitectura que aparecieron durante la pandemia del Covid-19.

Durante el Covid-19. Durante la pandemia aparecieron nuevas tendencias:

Nuevas necesidades a la hora de buscar una casa. Con la llegada del covid-19 las casas se han convertido en: hogares, áreas de trabajo, de educación, de ocio y demás. Las futuras viviendas deben incorporar las nuevas necesidades que se han ido visualizando a lo largo del confinamiento, como la posibilidad de tener espacios

exteriores, una buena orientación, mayor sensación de espacio, zona para trabajar, entre otros (Status, 2020).

Las pinturas resistentes a desinfectantes. El uso de pinturas resistentes a químicos abrasivos es importante, ya que evitan el deterioro de superficies y paredes, manteniéndolas en buen estado, permitiendo así realizar una buena desinfección dentro del hogar sin temor a dañarlas.

Aislamiento acústico y acondicionamiento acústico en viviendas. El ruido es uno de los principales problemas para el confort de las viviendas, eso se pudo evidenciar en los días de confinamiento, para solucionar dichos problemas se debe incorporar en el diseño materiales que den aislamiento acústico en el hogar, para evitar la entrada de ruido entre habitaciones y entre las viviendas colindantes.

La tecnología y las medidas de higiene. Es necesario implementar sistemas automáticos para la apertura de puertas y encendido de luces, para evitar estar en contacto con estas superficies lo menos posible y así dar mayor seguridad a las personas que habitan la vivienda.

Diseño interior basado en la terapia del color y libre de contaminantes. Se emplean colores cálidos y tonos suaves para lograr ambientes serenos y así tener espacios dentro del hogar que den un buen estado anímico a sus ocupantes. Se utilizan colores alegres tanto en paredes, telas y objetos que decoran un ambiente; también se apuesta por el uso de textiles o complementos naturales que sean hipoalergénicos y antibacterianos; además, se emplean pinturas con capacidad para eliminar sustancias nocivas del ambiente (Status, 2020).

El área más importante de la casa

Si bien es cierto, en tiempos pasados el área más importante de una casa era la cocina o la sala, porque concentraba a toda la familia, pues eran muy frecuentes las

reuniones familiares. Antes de la pandemia por el ritmo de vida que se llevaba, tanto hombres como mujeres debían estar fuera de casa alrededor de diez horas en sus trabajos, se comía fuera de casa o se llegaba en la noche a preparar algún alimento y a descansar, por lo tanto, ya se había cambiado mucho la opinión sobre cuál es el espacio más importante.

Según un artículo de la página: propiedades.com, el dormitorio se había convertido en un espacio de mucha importancia ya que es el lugar donde después de un ajetreado día de trabajo se puede descansar. En la rutina diaria de entonces, las personas tenían menos tiempo de hacer reuniones en sus hogares, por lo que la cocina o sala ya no se usaban mucho y esto se evidencia claramente en los últimos diseños de viviendas en donde estas áreas aparecen cada vez más reducidas, mientras que espacios más íntimos como el dormitorio y baño son los protagonistas, a los cuales se les presta mayor atención en cuanto a usabilidad y detalles. El baño es un espacio que cada vez ocupa mayor importancia dentro de la casa, pues se ha convertido en el lugar más privado destinado a la relajación (Pérez D. , 2016).

Cabe destacar que todas estas afirmaciones fueron una completa verdad hasta los primeros días de marzo del 2020, cuando en Ecuador por medidas sanitarias la población se sometió a un aislamiento social para frenar los contagios de la enfermedad denominada Coronavirus o Covid-19, cambiando por completo la rutina diaria y hábitos en todos los aspectos de la vida.

Efecto de la pandemia Covid-19 en los hogares

La aparición de la pandemia del Covid-19 que está afectando a la humanidad desde diciembre del 2019, cambió radicalmente el estilo de vida de las personas, no sólo del Ecuador sino del mundo. Las personas se han visto obligadas a permanecer en cuarentena en sus hogares, con distanciamiento social, sólo pudiendo salir para comprar

medicinas y artículos de primera necesidad, con temor a contagiarse, son más cuidadosos en términos de higiene personal y del hogar, ahora se preparan los alimentos dentro de casa.

Todas las actividades que realizan cada uno de los miembros de la familia han cambiado de manera drástica, al igual que las necesidades en cuanto a espacios en los hogares de las familias. Los hábitos adquiridos en este tiempo de aislamiento permanecerán por mucho tiempo y habrá que incorporarlos en la nueva cotidianidad.

En la tabla 1 se hace una comparación de la vida antes y durante el Covid-19, en donde también se analizan las necesidades que surgen en los hogares frente a esta nueva rutina diaria.

Tabla 1
Estilo de vida antes y durante el Covid-19

Antes del Covid	Durante el Covid	Necesidad
Los adultos salían a laborar todo el día. Sólo estaban en casa en la mañana y la noche.	Los adultos permanecen en casa todo el tiempo haciendo teletrabajo, cocinando, aseando la casa y cuidando a los hijos.	Se necesita de un área destinada a alojar mobiliario y artículos de oficina, que esté libre de distracciones para poder realizar el trabajo con concentración y armonía.
Los niños y jóvenes estudiantes permanecían en la escuela hasta el mediodía y en la tarde hacían actividades extracurriculares o convivían con sus abuelos u otros familiares, hasta que los padres salieran del trabajo.	Los niños y jóvenes tienen clases virtuales y resuelven sus tareas, ya sea por ordenador u otros dispositivos móviles.	Al igual que los adultos, también necesitan de espacio adecuado para realizar sus tareas académicas.

En la mayoría de los casos las comidas que se preparaban en casa eran el desayuno y a veces las cenas.	Las familias cocinan en casa, generalmente uno de los integrantes sale una vez por semana o cada dos semanas a comprar víveres.	Surge la necesidad de tener una cocina más espaciosa y funcional, para que la preparación de los alimentos sea más placentera y cómoda.
La manera de distracción era salir a reuniones sociales en lugares públicos.	Ahora las actividades de ocio están ligadas a juegos familiares, televisión pagada, juegos en dispositivos electrónicos, redes sociales y visualización de videos.	Se necesita un espacio destinado a actividades de ocio en donde se pueda compartir con los demás miembros de la familia que habitan el hogar.
Para mantener el buen estado físico se salía a correr, hacer bicicleta e ir al gimnasio.	En la actualidad es común improvisar la manera de hacer actividad física en casa, ya sea mediante máquinas de ejercicio, pesas, rodillos, elásticos, barras, etc.	Surge la necesidad de un espacio para la actividad física, ya sea crear un nuevo espacio o adaptar un lugar dentro de una de las habitaciones existentes.
La familia no pasaba mucho tiempo junta.	La familia pasa todo el tiempo dentro de la casa, aunque no sea dentro del mismo espacio.	Se necesita establecer tiempos y actividades para compartir en familia. Por lo tanto, hay que destinar un espacio para ello, que podría ser el mismo usado para las actividades de ocio.

Nota: Adaptado de: *Consumo: cómo será la nueva normalidad después del coronavirus* por Coba, 2020 Obtenido de: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/habitosconsumo-cambios-coronavirus-emergencia/>

Es difícil saber cuál será el comportamiento y hábitos luego de que se supere la pandemia, pero indiscutiblemente, las costumbres y actividades han cambiado radicalmente y esto supone adaptarse a la nueva normalidad del día a día en la que se

tendrá diferentes necesidades a las que se tenía antes, por consiguiente, se debe encontrar la mejor manera de satisfacerlas.

Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es un proceso de aproximaciones que parte de supuestos y estimaciones donde se realizan estudios técnicos, económicos y financieros. Consta de cuatro etapas: idea, preinversión, inversión y operación. La etapa de la idea es donde se busca los problemas a resolver y las oportunidades que se presentan, para esto se realiza un diagnóstico para identificar las posibles soluciones. La etapa de preinversión representa el comienzo de la evaluación del proyecto y consta de tres niveles: perfil, prefactibilidad y factibilidad; el nivel perfil parte de la información existente donde se definen las características del producto o servicio a ofrecer, el nivel prefactibilidad parte de información recopilada de fuentes secundarias para estimar las posibles inversiones, costos e ingresos del proyecto (Santos, 2008). En el nivel de factibilidad se realiza el estudio de mercado, para concretar un estudio de factibilidad es necesario abordar al menos los siguientes temas: estudio de mercado, estudio técnico y estudio económico-financiero.

Estudio de mercado

Corresponde al estudio de la oferta y demanda, los costos de operación y análisis de precios del producto o servicio. El estudio de mercado tiene dos objetivos: identificar las tendencias actuales y futuras de un bien o servicio y pronosticar la factibilidad de colocarlo en el mercado; en conclusión, permite identificar las condiciones para ubicar el producto correcto en el lugar indicado a un precio beneficioso para el consumidor (Hamilton & Pezo, 2005). Los resultados del estudio de mercado fundamentan la mayor parte de la formulación del proyecto de inversión, pues su objetivo principal es

recopilar datos económicos que serán representados en el flujo de caja del proyecto (Santos, 2008).

Estudio técnico

El estudio técnico tiene la finalidad de analizar y plantear diferentes alternativas para generar el bien o servicio que se desea, verificando la factibilidad técnica. A partir de este estudio se determinan los valores requeridos para la inversión, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja. El estudio técnico contiene: tamaño del proyecto, localización e ingeniería del proyecto. El tamaño se refiere a la capacidad de producción normal y máxima, para alcanzar un costo unitario mínimo del bien o servicio. La localización describe la ubicación más conveniente para emplazar el proyecto tomando en cuenta la infraestructura, ubicación, condiciones ambientales, etc. La ingeniería del proyecto permite determinar el costo necesario en cuanto a tecnología, equipos, análisis de insumos, servicios públicos, mano de obra, entre otros (Santos, 2008).

Estudio económico-financiero

Permite determinar si es conveniente o no ejecutar el proyecto basándose en los índices de rentabilidad. Según Santos (2008) para realizar el estudio financiero se deben seguir los siguientes pasos: A) definir los fondos del proyecto en los que se analizan ingresos y egresos iniciales, ingresos y egresos de operación, horizonte de vida del proyecto, tasa de descuento, ingresos y egresos finales del proyecto. B) análisis de resultados de la evaluación del proyecto de inversión que se miden a través de criterios como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de recuperación de la inversión (PR). También existen otros criterios que complementan este estudio como el análisis de sensibilidad y el punto de equilibrio.

Análisis FODA

Consiste en realizar un análisis general de las fortalezas (F), oportunidades (O), debilidades (D) y amenazas (A). Las fortalezas representan los recursos y factores positivos internos de la empresa que podrían facilitar la atención de los clientes para lograr los objetivos. Las debilidades se refieren a las condiciones internas y los factores negativos que podrían interferir con el correcto funcionamiento de la empresa. Las oportunidades describen los elementos favorables en cuanto al entorno externo de la empresa, para que ésta sea capaz de aprovecharlos a su favor. Las amenazas se refieren a circunstancias externas desfavorables que representen desafíos para la empresa.

No solo se debe analizar el mercado y entorno de marketing para encontrar oportunidades atractivas e identificar las amenazas, también se debe analizar las fortalezas y debilidades, de igual manera las acciones de marketing posibles para determinar cuáles oportunidades se pueden aprovechar mejor. El objetivo es que las fortalezas de la empresa encajen con las oportunidades interesantes; es importante además que se eliminen o superen las debilidades y se minimicen las amenazas (Kotler & Armstrong, 2013).

7p's del marketing Mix

Se define al marketing mix como el conjunto de herramientas tácticas controlables que una empresa utiliza para llegar de la manera correcta a su mercado objetivo, existen herramientas específicas para el marketing de productos y otras para el sector de servicios. Las 7p's del marketing mix de servicios son una versión extendida de las 4 p's propuestas por Philip Kotler, logrando formar una composición de siete elementos: producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y evidencias físicas; a continuación, se detalla cada una de ellos.:

Producto. El producto es una de las p's más importantes pues se enfoca en satisfacer las necesidades del potencial consumidor. El producto puede ser intangible o tangible y conlleva aspectos relevantes como la imagen, la marca, el empaque, estrategia de diferenciación, garantías y servicios post-venta. Se debe tomar en cuenta que un producto tiene un ciclo de vida que encierra la fase de crecimiento, la fase de madurez y la fase de declive de ventas, por lo que es fundamental que los profesionales en marketing reinventen sus productos cada vez para estimular la demanda en la etapa de declive de un producto o servicio (Sotelo, 2018).

Precio. Es el valor que un cliente paga por disfrutar de un bien o servicio. Las decisiones sobre el precio son de vital importancia en la estrategia de marketing de cualquier empresa, tiene un gran impacto en la estrategia pues afecta de manera directa en las ventas y la demanda del producto. Los precios siempre ayudan a formar la percepción del producto ante los consumidores, por ejemplo, un precio bajo da la percepción de un bien o servicio de calidad inferior, con respecto a la competencia (Sotelo, 2018).

Plaza. Según Sotelo (2018) la plaza es el lugar donde se ofrece o distribuye el producto a los clientes, puede ser un lugar físico que debe ser accesible para los clientes potenciales. Actualmente también existen distintas plataformas de ventas y distribución como tiendas online, redes sociales, tiendas físicas, etc.

Promoción. El principal objetivo de promocionar un producto o servicio es crear interés en los consumidores para que la empresa pueda diferenciarse de la competencia; la promoción se encarga de comunicar y presentar los beneficios de los servicios disponibles, persuadir a los clientes para que compren o usen el bien o servicio; de esta manera se impulsa el reconocimiento y las ventas de la empresa (Sotelo, 2018).

Personas. Las personas cumplen un papel muy importante en la comercialización de servicios, pues del buen desempeño de sus labores dependerá el éxito de la empresa. La capacitación del personal es un aspecto clave ya que con esto se asegurará que todas las personas de la empresa conozcan las políticas de la misma y manejen una cultura organizacional orientada al cliente (Hernandez, 2013). Sotelo (2018) indica que es importante contratar y capacitar a personas adecuadas para brindar un servicio de calidad y esto se convierta en una ventaja competitiva sobre las demás empresas.

Procesos. En una empresa desde siempre ha sido fundamental el tratado de los clientes sobre otras cosas, por lo tanto, el proceso hace referencia a la clase de servicio que se les ofrece a las personas, la empresa tiene el deber de asegurar el mismo e ideal servicio a todos sus clientes, hay que tomar en cuenta que el tratado preferente hacia un cliente puede traer disgusto hacia otros compradores y sentir cierto grado de inferioridad de parte de la empresa (Hernandez, 2013).

Evidencias físicas. Las evidencias físicas son una parte clave en la estrategia de la creación de una empresa, ya que, no hacen sólo referencia a la demostración física del buen servicio de la empresa, sino que también, como los consumidores perciben tanto el ambiente como la empresa, sus productos y la presencia de su marca. La creación de una marca y logo es una de las partes más fundamentales en la creación de una empresa, ya que, es la imagen que las personas ven y deben evaluar a primera vista. El diseño y creación de un espacio e imagen debe ser un paso muy bien diseñado a lo largo del camino hacia la creación de una empresa, hay que recordar que, el objetivo de una buena imagen es el buscar proyectar una buena vista global de parte de los consumidores (Hernandez, 2013).

CAPÍTULO II

Marco referencial

Sector de la construcción

La construcción es uno de los sectores más dinámicos de la economía de cualquier país, pues sus actividades involucran el desarrollo de otras industrias relacionadas, ya que tienen un efecto multiplicador que generan nuevos puestos de trabajo. La actividad de este sector y la de sus trabajadores depende de la situación económica del país y de la capacidad de obtener inversión privada y pública, de allí el vínculo permanente entre el sector y la inversión estatal y privada que puede ser nacional o extranjera (Camicon, 2017).

Muchas veces se asocia el crecimiento del sector con el desarrollo de la economía por su relación con la creación de infraestructura básica de una sociedad, como puentes, carreteras, puertos, vías férreas, plantas de energía y sus líneas de transmisión y distribución, construcciones industriales, comerciales y obras de edificación residencial y no residencial, etc. El sector de la construcción se encarga de satisfacer necesidades básicas humanas, tales como: suministro de agua potable, instalaciones de saneamiento, alcantarillado, pavimentación, viviendas, hospitales y escuelas. Se puede decir que este sector aporta a la mejora de la calidad de vida de la población, pues constituye uno de los ejes fundamentales para el logro de objetivos económicos y sociales (Universidad de Piura, 2002).

Sector de la construcción en el Ecuador

En el Ecuador este sector es muy sensible y responde a las variaciones de la economía y su desempeño, es considerado un indicador de la situación económica del país, pues se articula con varios sectores intermedios e instituciones financieras, también es considerado un generador significativo de empleo. (Lucero, 2020).

Según cifras del Banco Central se observa que, pese al decremento del sector de la construcción, esta actividad representa un porcentaje importante del Valor Agregado Bruto (VAB) del Ecuador, el segundo más alto luego de la manufactura (figura 1).

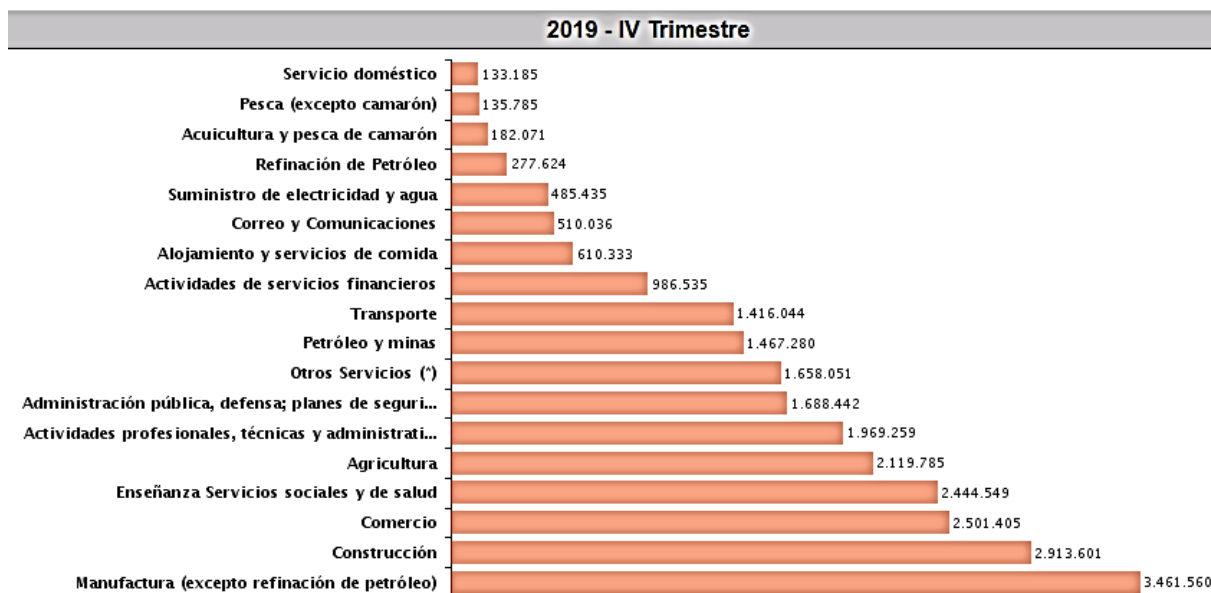


Figura 1. Evolución histórica VAB trimestral. Tomado de: *Indicadores del sector* por Banco Central del Ecuador, 2019. Recuperado de: <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=1>

Según la publicación del 26 de junio del 2018 en la Revista Gestión se evidencia que en el 2007 sólo el sector petrolero y el sector de la construcción registraron una variación anual negativa -2,74% y -5,94% respectivamente, aun así, tuvieron un peso importante en el PIB: 9,40% y 8,57% respectivamente. En la figura 2 se muestra que el sector de la construcción representó en promedio 8,93% del PIB entre 2007 y 2017. La cifra más alta se registró en el 2014 cuando llegó al 9,83%, pero en los últimos años fue reduciendo su participación en el PIB, llegando en el 2017 a 8,57% y con tendencia a la baja.

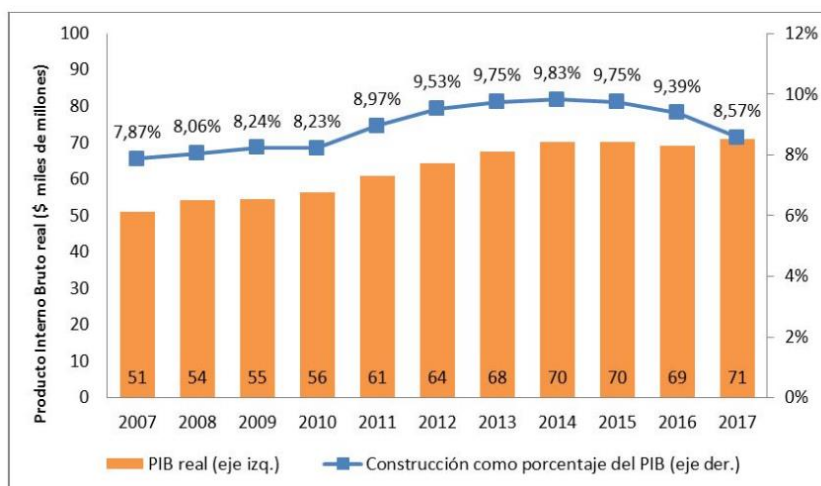


Figura 2. Sector de la construcción como porcentaje del Producto Interno Bruto 2007-2017. Tomado de: *El sector constructor, un termómetro de la economía nacional* por Guerra, 2018. Recuperado de: <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-sector-constructor-un-termometro-de-la-economia-nacional>

El VAB del sector de la construcción mantuvo crecimiento hasta 2014 cuando alcanzó los \$ 6.893 millones y desde entonces, ha mantenido una variación anual negativa durante los últimos tres años, -0,79% en el 2015, -5,20% en el 2016 y -5,94% en el 2017, tal como se visualiza en la figura 3. A pesar de estos resultados negativos, se debe destacar que, de todos los sectores de la economía ecuatoriana, el de la construcción ha sido uno de los que más crecieron durante la última década (Revista Gestión, 2018).



Figura 3. Evolución VAB real de la construcción en \$ millones 2007-2017. Tomado de: *El sector constructor, un termómetro de la economía nacional* por Guerra, 2018. Recuperado de: <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-sector-constructor-un-termometro-de-la-economia-nacional>

Según Zabala (2020) la economía ecuatoriana tuvo un crecimiento del 3% en el año 2017, este fenómeno se dio por la presencia de liquidez necesaria dentro del país que permitió mantener el consumo de los hogares y del gobierno, pero esto generó que se produzca un incremento en la deuda del país; el crecimiento en la economía generó un desequilibrio en los precios para el consumidor, debido a que hubo exceso de oferta y poca demanda, viéndose obligados a la baja de precios afectando mayormente a las empresas; el índice de precios al productor se mantiene alrededor del 2,5%, el índice de precios al consumidor es de -1,8%; un desequilibrio fiscal puesto que la economía ecuatoriana tiene un déficit de 6 mil millones en los últimos cinco años, esto ha forzado al gobierno a endeudarse externamente teniendo una deuda sobre el PIB de 21% en el año 2013, en 45% en el año 2017 y en el 2018 alrededor de un 48% según estimaciones del FMI, como se observa en la figura 4.

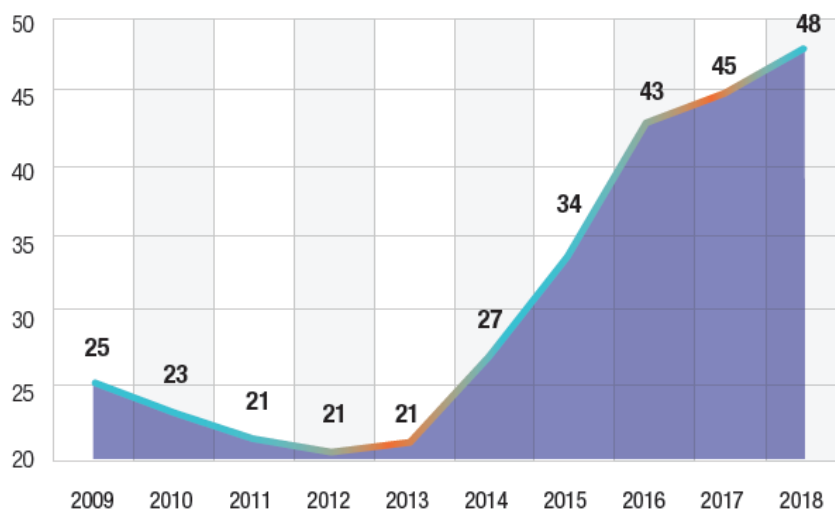


Figura 4. Deuda sobre PIB economía ecuatoriana. Tomado de: *El sector construcción, recupera lentamente su actividad* de Zabala, 2020. Recuperado de: <https://www.mundoconstructor.com.ec/el-sector-construccion-recupera-lentamente-su-actividad/>

Pese al crecimiento económico las expectativas de sostenibilidad no son positivas, ya que se debe realizar un ajuste en un corto plazo, que implica reducir el gasto público y recurrir a fuentes de financiamiento para equilibrar las finanzas públicas.

En estas condiciones, el sector de la construcción tiene un escenario recesivo con tendencia a recuperarse lentamente en los próximos años, lo que beneficiaría a la economía, pues este sector tiene un peso del 11% en el PIB, generando el 7% del total del empleo, siendo la cuarta industria más importante para generar ocupación (Zabala, 2020).

En los últimos 10 años la construcción ha tenido un crecimiento de un 4,5% anual, sin embargo, en el 2015 se evidenció una baja considerable, en el 2017 mostró una tasa de variación negativa de PIB de -5,9% muy por debajo de los otros sectores (figura 5); para el 2018 hubo un decrecimiento del 2% (figura 6), el 2019 empezó con una lenta recuperación del sector con niveles de liquidez y acceso a créditos, debido a la eliminación del anticipo del impuesto a la renta y del impuesto a la plusvalía (Tapia, 2020).

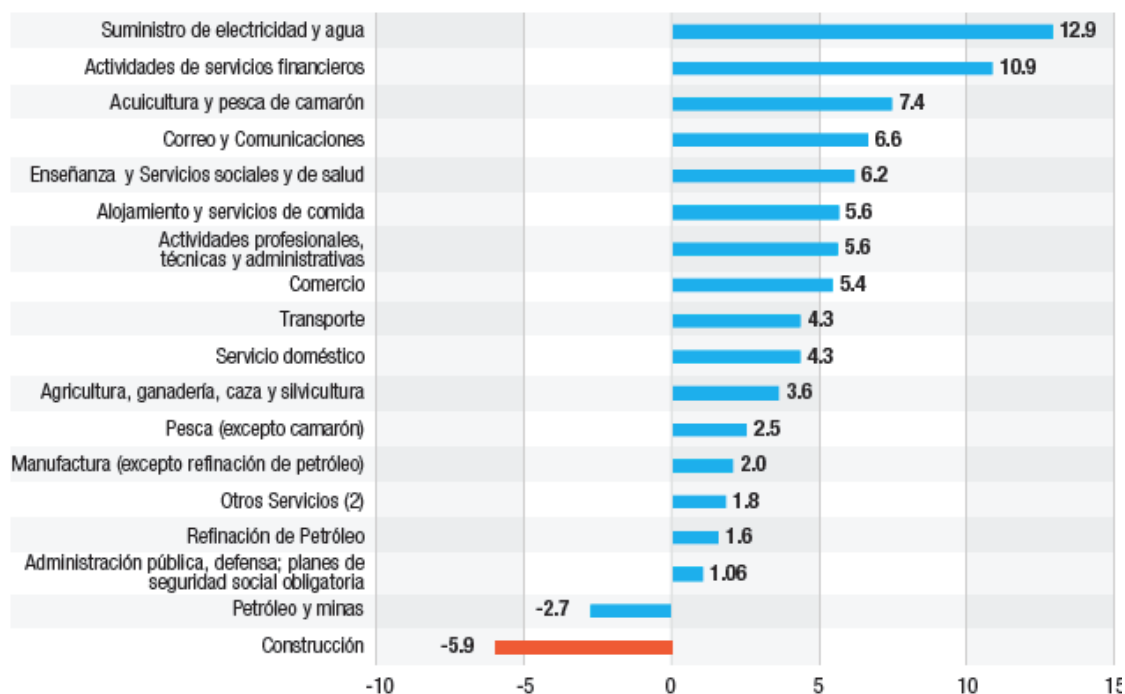


Figura 5. PIB sectorial (por industria) 2017. Tomado de: *La construcción cayó en el 2019, promotores arman estrategias por Tapia*, 2020. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/construccion-ecuador-promotores-estrategias-economia.html>

La Figura 6 muestra la evolución del PIB en el período 2008 - 2018 (10 años).

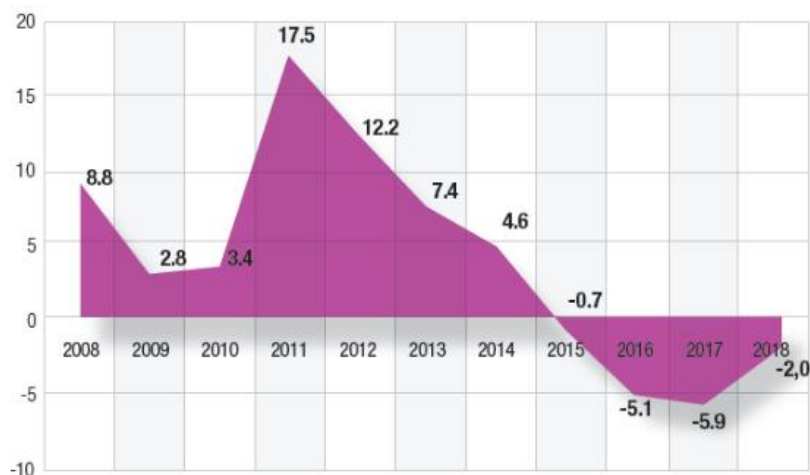


Figura 6. Evolución del PIB de la Construcción. Tomado de: *El sector construcción, recupera lentamente su actividad* de Zabala, 2020. Recuperado de: <https://www.mundoconstructor.com.ec/el-sector-construccion-recupera-lentamente-su-actividad/>

Sector de la construcción como generador de empleo

Según estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el 2018 como se observa en la figura 7, el sector de la construcción generó la ocupación de 125.064 plazas de empleo formales registradas en el IESS, lo que corresponde al 4,15% del total de las plazas registradas. Sin embargo, a esta cifra habría que sumarle un 50% de trabajadores contratados de manera informal, es decir, los que perciben ingresos al margen del control tributario y de las disposiciones legales laborales.

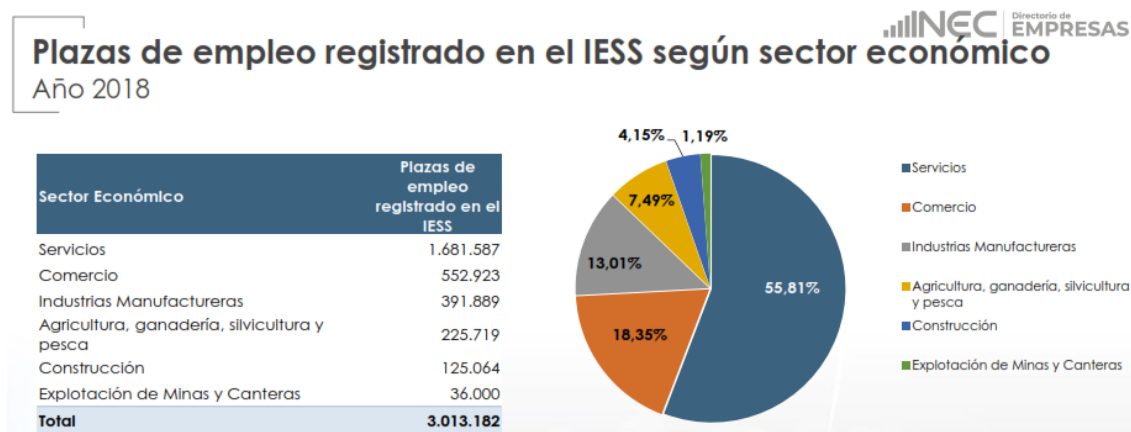


Figura 7. Plazas de empleo registradas en el IESS según sector económico. Tomado de: *Directorio de Empresas y Establecimientos 2018* por INEC, 2019. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/web-inec>

Según el INEC (2019) el sector de la construcción dio empleo a unas 486.000 personas de las cuales, 237.461 tienen empleos adecuados; es decir, que perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, con la posibilidad de trabajar horas adicionales si lo desean; en cambio, los 248.539 restantes pertenecen al trabajo informal. En los últimos cinco años, el empleo adecuado en el sector cayó un 24%, esencialmente por el recorte de la inversión pública desde 2015, tras la caída de los precios del petróleo, que era la principal fuente de exportaciones del país (Ver figura 8).

Histórico del empleo adecuado en la construcción

Número de personas con pleno empleo
Datos de diciembre

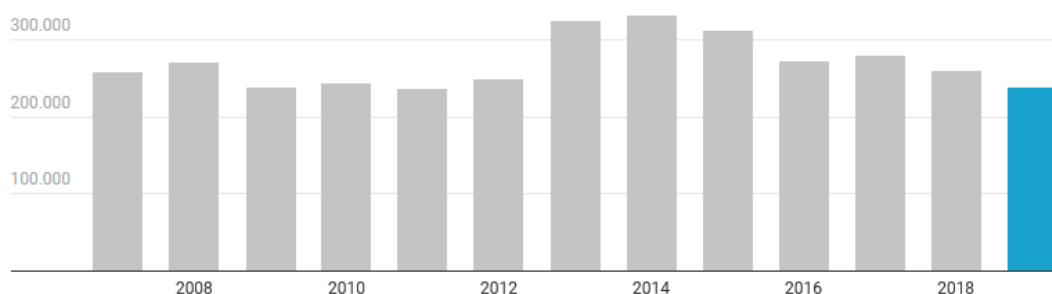


Figura 8. Histórico del empleo adecuado en la construcción. Tomado de: *La construcción aspira mover la economía después de la emergencia* por Coba, 2020. Recuperado de: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/construccion-movimiento-economia-emergencia-sanitaria-coronavirus/>

La construcción es una de las actividades que se paralizó a causa de la crisis sanitaria en Ecuador por la pandemia de Covid-19, por lo que sus representantes pedían que se la considere como un sector estratégico, pues Henry Yandún, vocero de Constructores Positivos (agrupación de ocho gremios), sostiene que: “En el país ya hay un déficit de medio millón de viviendas. Cada año se forman 110.000 nuevos hogares y apenas se construyen 40.000 nuevas viviendas, ahora no hay demanda, pero va a haberla en unos meses”. A pesar de que el sector de la construcción ha decrecido en los últimos

años, continúa siendo una de las actividades más importantes a la hora de dinamizar la economía del país (Coba, 2020).

Según la noticia publicada por Diario El Telégrafo (2019), el BCE catalogó a la construcción como una de las actividades que se desarrollaron con un crecimiento de 1,2%. El sector muestra una recuperación desde inicios de 2018, luego de más de 3 años de caída por la situación económica anterior; los factores que contribuyeron para el crecimiento fueron la entrega de créditos tanto en el sector financiero como privado y las operaciones destinadas a Vivienda de Interés Público y en la Economía Popular y Solidaria, para este segmento el número de créditos aumentó de 750 a 1.003, también incrementaron los créditos inmobiliarios.

El BCE indicó que 20 actividades disminuyeron; la construcción, por ejemplo, registra una cifra del -3,9% en el 2019 con relación al año anterior. Hermel Flores (2020), expresidente de la Cámara de la Industria de la Construcción (Camicon), indica que ante la situación económica actual las personas prefieren no endeudarse en la compra de una casa: “Temen no poder realizar los pagos. Lo que en algo ayuda es que la vivienda y las oficinas de alta gama tienen bastante movimiento”, explica Flores que los proyectos para este sector están aumentando. La fabricación de equipos de transporte y la industria manufacturera también se vieron afectados (Tapia, 2020). El sector presentó un decrecimiento de 7,1%. En los primeros meses de 2020, el sector financiero privado y el público otorgaron 2.201 créditos en el sector inmobiliario, lo que representó un 37,7% menos que el primer trimestre de 2019, donde se concedieron 3.534 créditos (BCE, 2020).

Remesas como incentivo del Sector Constructivo

En el 2007 ingresaron 3.335 millones de dólares, 3.030 millones en el 2018 y 3.234 millones en el 2019, tal como lo indica la figura 9.



Figura 9. Remesas recibidas de trabajadores. Tomado de: *Evolución de las Remesas Región Austro* por BCE, 2020. Recuperado de: <https://contenido.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000985>

Créditos destinados al Sector de la Construcción de Viviendas

En la figura 10 se representa el impacto de Covid en los desembolsos de créditos nuevos y renovados del sistema financiero, comparados el 2019 y 2020, es evidente la alarmante contracción en abril del 2020 (MarketWatch, 2020).

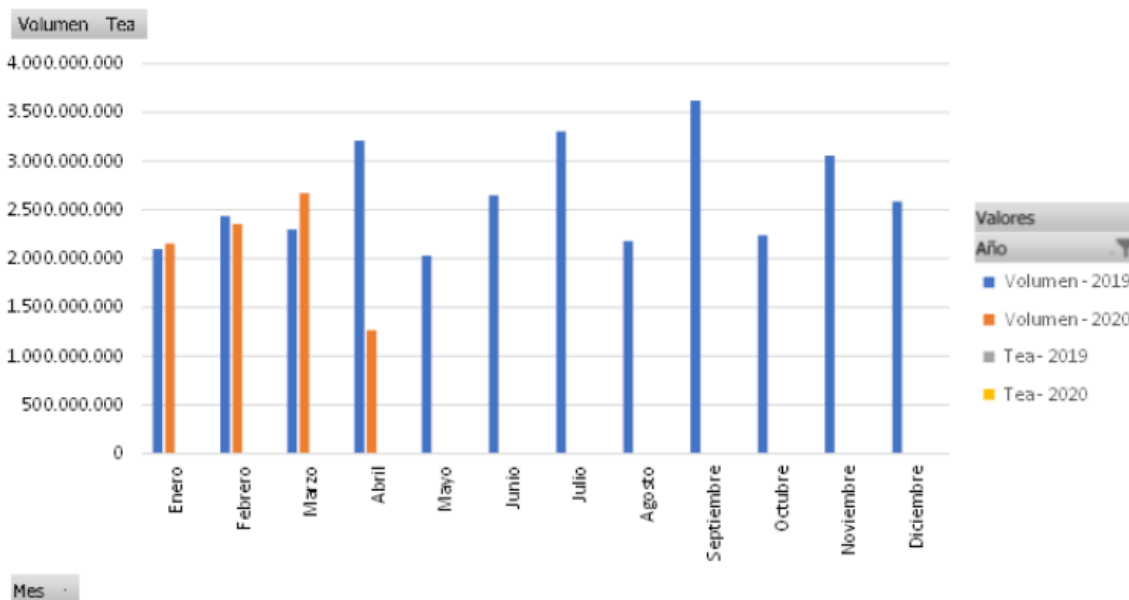


Figura 10. Desembolso de créditos en US\$. Tomado de: *Reportes mayo 2020* por MarketWatch, 2020. Recuperado de: <https://marketwatch.com.ec/2020/05/>

Un alto porcentaje del sector de la construcción en el Ecuador se centra en edificios residenciales y casas familiares, específicamente el 37% (figura 11).

COMPOSICION SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN



Figura 11. Composición sector de la construcción. Tomado de: *Caen las ventas de los principales subsectores de la construcción* por Mundo constructor, 2018. Recuperado de: <https://www.mundoconstructor.com.ec/caen-las-ventas-de-los-principales-subsectores-de-la-construccion/>

En la figura 12 se evidencia la disminución de las ventas del sector en todo tipo de edificios residenciales y casas familiares desde el año 2016, con un número de 2.863,73 millones de dólares con tendencia a la baja en el 2017 y 2018, en donde llega a 2.095,25, lo que representa una contracción del 23% en dos años (Andrade, 2019).



Figura 12. Ventas sector construcción de todo tipo de edificios residenciales y casas familiares. Tomado de: *Caen las ventas de los principales subsectores de la construcción* por Mundo constructor, 2018. Recuperado de: <https://www.mundoconstructor.com.ec/caen-las-ventas-de-los-principales-subsectores-de-la-construccion/>

Vivienda en el contexto del Azuay

Al no encontrar información de datos de vivienda específicos de la ciudad de Cuenca, se ha tomado como referencia los resultados del censo 2010 de Población y Vivienda en el Ecuador (figura 13), en el fascículo de la Provincia del Azuay se revela que el 45,9% poseen vivienda propia y totalmente pagada, el 6,9% tienen vivienda propia, donada, heredada, regalada, el 6,4% tienen vivienda propia y la están pagando, tal como se visualiza en la figura 13; lo que suma un total de 59,2% que serían quienes requerirían los servicios de remodelación (Ecuador en Cifras, 2010).

¿CUÁL ES LA TENENCIA DE LA VIVIENDA EN AZUAY?

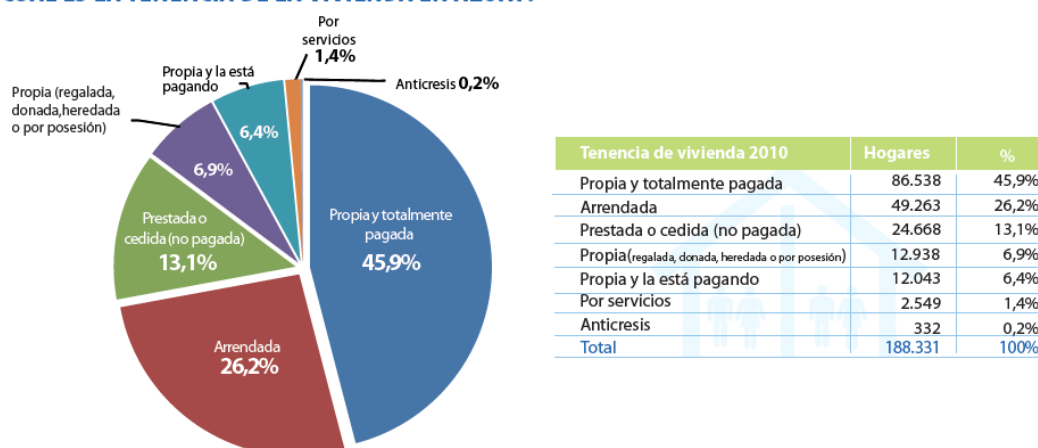


Figura 13. Tenencia de la vivienda en Azuay. Tomado de: *Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fascículo provincial del Azuay* por INEC, 2010. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual/Resultados-provinciales/azuay.pdf>

Conceptos básicos

Dentro del sector de la construcción se deriva un subsector que se encarga de la remodelación, ampliación o mantenimiento de los espacios, a continuación, se definen estos términos:

Remodelar

Según el diccionario de la RAE (2014, párr. 1) la palabra remodelar tiene el siguiente significado:

“1. tr. Reformar algo, modificando alguno de sus elementos o variando su

estructura”. En el contexto de la arquitectura, se refiere a modificar, alterar o transformar algo, ya sea mediante cambios en su estructura general o en ciertos componentes específicos de la edificación, está vinculada a las obras que se realizan en un edificio para modificar las características y dirigido por profesionales de la construcción.

Es posible también que la remodelación se desarrolle en un espacio abierto como un jardín, donde se plante diversa vegetación y se incorporen estructuras decorativas como piletas, esculturas, incorporación de sistema de iluminación, etc.

Cuando se piensa en remodelar una sola habitación, es importante tener en cuenta el modo en que esto afectará el estilo de las demás, por lo que es necesario adaptarla al contexto de las otras habitaciones para que guarde armonía con el resto de la casa, hay que decidir la combinación de colores, los materiales y productos decorativos en base al presupuesto disponible, de manera que aprovechen al máximo su capital, para evitar que quede la obra incompleta. La remodelación no sólo sirve para mejorar el aspecto y estilo, sino que cumple el papel importante de aprovechar mejor el espacio en ambientes aparentemente muy pequeños, pues a menudo la falta de espacio se debe a la mala distribución de áreas y mobiliario (Porto & Gardey, 2015).

Ampliar

Según el diccionario de la RAE (2014, párr. 1) la palabra ampliar tiene el siguiente significado:

“1. tr. Extender, dilatar”.

En arquitectura una ampliación es agregar un área a un lugar ya construido; ampliar la casa es una buena solución para resolver problemas de espacio, siempre y cuando sean funcionales, este espacio deberá adaptarse al ya existente, antes de realizar una ampliación se debe considerar lo siguiente:

- Tener planos originales de la vivienda.
- Asegurarse que la estructura soporte la ampliación cuando sea de una segunda planta, si no se está seguro se debe consultar a un especialista en estructuras.
- No dejar sin iluminación y ventilación natural los espacios ya existentes.
- Asegurarse que la ampliación cumpla con las normativas de construcción de la zona (Keobra, 2019).

Mantenimiento

Son los cuidados y tareas fundamentales necesarias que se realizan a todas las instalaciones de una edificación, para garantizar la prolongación de la vida útil, evitando el deterioro y destrucción. El mantenimiento puede ser de dos tipos: preventivo y correctivo. El mantenimiento preventivo advierte los daños que ocurren a lo largo de la vida útil de las viviendas, puede ser programado y evaluado, se realiza periódicamente y sirve para sanar afecciones provocadas por la acción de agentes atmosféricos y el uso, sin que sus elementos fundamentales sean modificados; el mantenimiento correctivo son aquellas operaciones que arreglan daños no previstos en la vivienda (Educarte, s.f.).

Según Guillermo Herrera (2012) en su trabajo “Plan de negocios para la conformación de una empresa de servicios de mantenimiento y remodelación para viviendas, caso Inversa Cía. Ltda.” recolectó información en la ciudad de Quito en el año 2012, consultando de manera aleatoria a 106 personas, dueños de casa y que habitan en la ciudad de Quito y sus Valles (Los Chillos y Tumbaco), en donde se expone que existiría una buena acogida de los servicios de mantenimiento y remodelación, pues existe un 92% de demanda (ver figura 14), de los cuales los rentistas y dueños de casa requieren servicios de mantenimiento en un 37,76%, servicios de remodelación en un 20,41%, ambos servicios en un 41,84%, tal como lo indica la figura 15. En este estudio

no aparece el servicio de ampliación que fue necesario adicionarlo en el presente trabajo.

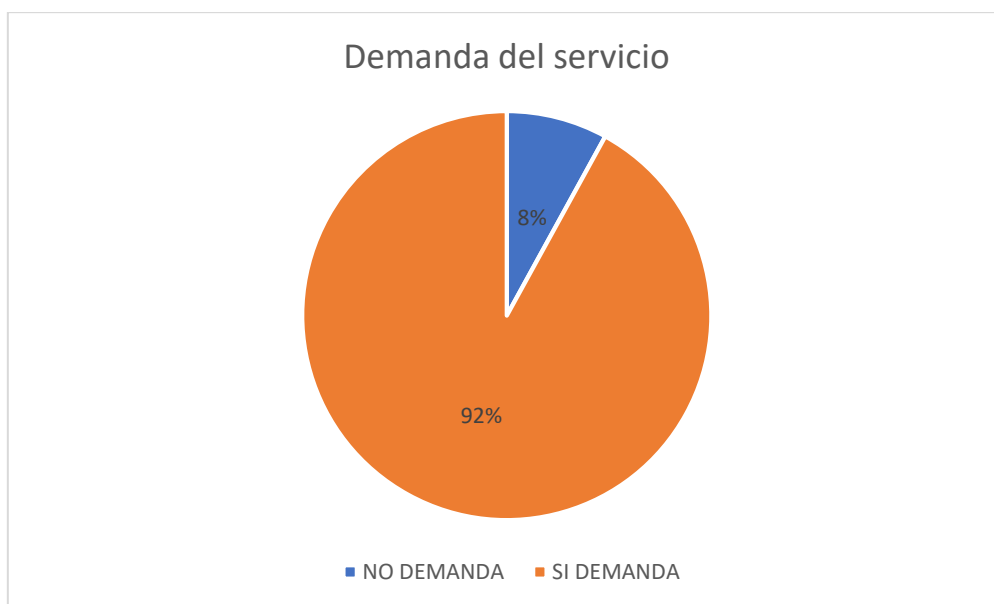


Figura 14. Demanda del servicio de mantenimiento y/o remodelación. Adaptado de: Plan de negocios para la conformación de una empresa de servicios de mantenimiento y remodelación para viviendas, caso Invierva Cía. Ltda por Herrera, 2012.

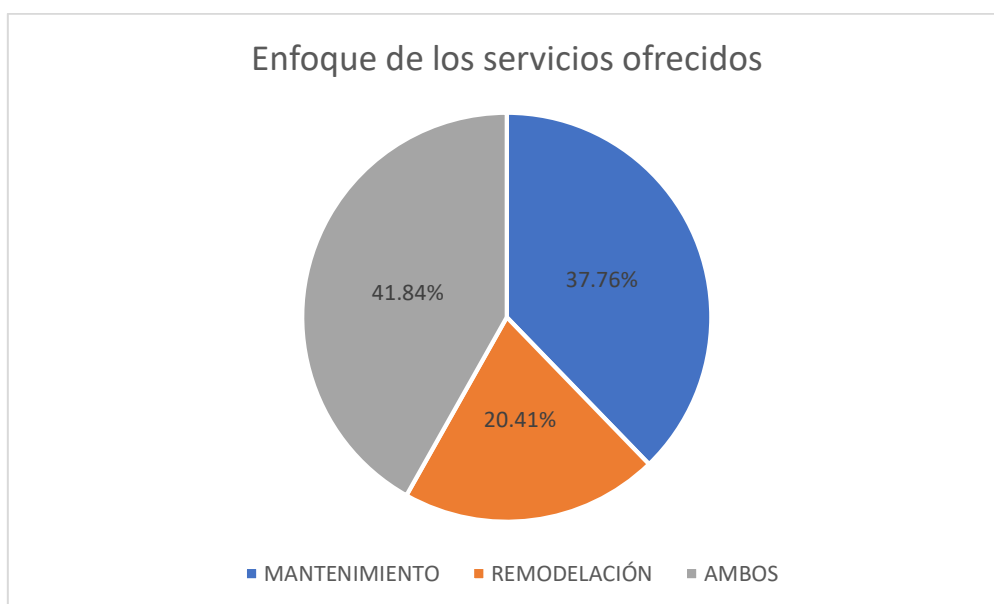


Figura 15. Enfoque de los servicios ofrecidos. Adaptado de: Plan de negocios para la conformación de una empresa de servicios de mantenimiento y remodelación para viviendas, caso Invierva Cía. Ltda por Herrera, 2012.

CAPÍTULO III

Metodología y resultados

El presente capítulo corresponde al *estudio de mercado* y tiene la finalidad de recopilar datos valiosos que permitan reconocer el mercado objetivo y sus necesidades, para ofrecer los productos correctos, en el tiempo adecuado y así satisfacer las demandas de los clientes. Según Malhotra “La investigación de mercados es la identificación, análisis, recopilación, difusión y uso objetivo de la información con la finalidad de mejorar la toma de decisiones concernientes con la identificación, solución de problemas y oportunidades de marketing” (2008, pp. 7-8). A continuación se detalla la metodología usada en el presente estudio.

Enfoque Mixto

El enfoque utilizado para este proyecto es el mixto pues maneja características de los enfoques cualitativo y cuantitativo, ayuda a entender el tema de estudio y permite plantear el problema de manera más clara para establecer objetivos adecuados. El enfoque mixto involucra el proceso de recolección, análisis e interpretación de datos cuantitativos y cualitativos considerados necesarios para la investigación. Por otro lado, representa un proceso sistemático, en donde se fusionan la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa, con la finalidad de dar respuesta a los problemas planteados (Ortega, 2018).

El enfoque cualitativo se basa en pequeñas muestras que ayudan a comprender el entorno del problema. La metodología de recolección de datos es directa, pues el investigador no se reserva las intenciones de recibir información de los participantes; se sirve de las siguientes técnicas: la observación, las entrevistas a profundidad y los grupos de enfoque (Malhotra, 2008). Para el presente trabajo se usó la técnica de entrevistas a profundidad.

El enfoque cuantitativo permite conseguir datos contables mediante la aplicación del análisis estadístico, así, el investigador puede realizar aproximaciones precisas sobre el comportamiento del segmento escogido para el estudio. Este enfoque utiliza las siguientes técnicas: encuestas, observación, escalas de medición, análisis de contenido, listas de cotejo, experimentos, entre otros (Malhotra, 2008). La técnica usada para este trabajo es la encuesta.

Tipo de investigación: exploratoria y descriptiva

El presente proyecto ha utilizado la investigación exploratoria y descriptiva:

Investigación exploratoria

Da al investigador una orientación sobre el total o una parte del tema a estudiar, se caracteriza por ser flexible y versátil, los datos se analizan cualitativamente (Merino Sanz, 2015).

Investigación descriptiva

Se refiere a las características de una población o del tema a averiguar, es más formal y organizada que la investigación exploratoria. Las muestras son más grandes y representativas, los datos se analizan cuantitativamente. Por ejemplo, una encuesta a un grupo de consumidores (Merino Sanz, 2015).

Método Deductivo

El método utilizado en el presente proyecto es el deductivo pues para llegar a las conclusiones finales generales, se partirá los resultados particulares obtenidos de la investigación y análisis de cada uno de ellos. Según Gomez (2012, p.15) el método deductivo “posee la característica de que las conclusiones de la deducción son verdaderas, si las premisas de las que se originan también lo son. Por lo tanto, todo pensamiento deductivo nos conduce de lo general a lo particular”.

Técnicas de recopilación de la información

Las técnicas de recopilación de datos para el presente proyecto fueron la encuesta y las entrevistas a profundidad.

Concepto de encuesta

Es una herramienta relacionada con el enfoque cuantitativo que permite recoger información de un fragmento de la población a ser estudiada, depende de lo que se vaya a estudiar para determinar la cantidad de las personas a ser encuestadas. Esta investigación debe ser estandarizada con el fin de efectuar las mismas preguntas a cada encuestado y así delimitar el tamaño de la muestra, no hay una regla, todo dependerá de la eficacia estadística que permita establecer los hallazgos que serán usados, de los recursos profesionales y de los materiales disponibles (Behar, 2008).

Concepto de entrevista a profundidad

Es aquella en la que el entrevistador tiene como meta profundizar en la mente del interrogado para descubrir sus verdaderos sentimientos, actitudes, motivos y emociones. Es una conversación que permite que, una vez establecida la confianza entre las dos partes, pueda fluir información que no podría obtenerse utilizando un cuestionario tradicional (Malhotra, 2008). Está relacionada con el enfoque cualitativo.

Procedimientos

Población de estudio y segmento objetivo

La investigación se enfoca en hombres y mujeres entre 20 y 84 años, que vivan en la ciudad de Cuenca, que pertenezcan a un nivel socioeconómico dentro de la categoría A, B y C+ (niveles alto, medio alto y medio, respectivamente).

El INEC realizó la Encuesta de Estratificación de Nivel Socioeconómico, la cual clasifica a la población en grupos socioeconómicos con sus características; según el

INEC, esta estratificación se usa como “instrumento para una adecuada segmentación del mercado de consumo identificando variables que permitan caracterizar los niveles socioeconómicos en los hogares” (Ecuador en Cifras, 2010, p.3). En la figura 16 se observan los diferentes estratos y porcentajes de cada uno; en la tabla 2 se muestran sus características.

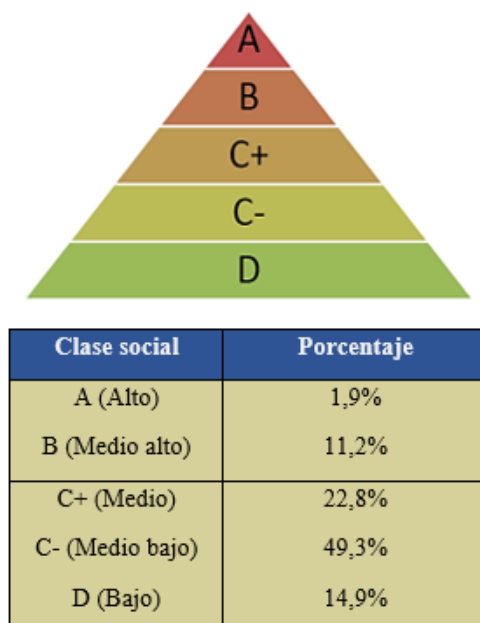


Figura 16. Estratificación del nivel socioeconómico. Tomado de: *Aproximación a los criterios de influencia en la compra de muebles de madera artesanales por parte de los habitantes de una ciudad intermedia* por Vera, 2019. Recuperado de: [https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article /view/237/301](https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/237/301)

Tabla 2
Estratificación del nivel socioeconómico

Estrato	Características
	<p>Vivienda: el material predominante es piso de duela, parquet, tablón o piso flotante. Dos baños con ducha.</p> <p>Bienes: teléfono convencional, refrigeradora.</p> <p>El 95% de los hogares dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente. Dos televisores y dos automóviles.</p>
Estrato A	<p>Tecnología: servicio de internet, computadora de escritorio y/o portátil, promedio de cuatro celulares.</p> <p>Educación: tercer y cuarto nivel.</p>

	<p>Economía: profesionales científicos, intelectuales, miembros del poder ejecutivo, de los cuerpos legislativos, personal directivo de la Administración Pública y de empresas.</p> <p>95% Afiliado al IESS, 79% Seguro privado.</p>
<p>Estrato B</p>	<p>Vivienda: el material predominante es piso de duela, parquet, tablón o piso flotante. Dos baños con ducha.</p> <p>Bienes: teléfono convencional, refrigeradora, cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente, dos televisores a color y dos automóviles.</p> <p>Tecnología: servicio de internet, computadora de escritorio y/o portátil, promedio de tres celulares.</p> <p>Educación: tercer nivel.</p> <p>Economía: profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio.</p> <p>92% Afiliados al IESS, 47% Seguro privado.</p>
<p>Estrato C+</p>	<p>Vivienda: el material predominante es cerámica, baldosa, vinil. Un baño con ducha.</p> <p>Bienes: el 83% tiene teléfono convencional, refrigeradora, cocina con horno, lavadora, equipo de sonido, dos televisores a color.</p> <p>Tecnología: 39% tiene servicio de internet, computadora de escritorio, 21% computadora portátil y escritorio, al menos dos celulares.</p> <p>Educación: instrucción secundaria completa.</p> <p>Economía: trabajadores de servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.</p> <p>77% afiliado al IEEES, 20% seguro privado.</p>
<p>Estrato C-</p>	<p>Vivienda: el material predominante es ladrillo o cemento.</p> <p>Bienes: 52% tiene teléfono convencional, 84% posee refrigeradora y cocina con horno, menos del 48% tiene lavadora, equipo de sonido y/o mini componente, una televisión a color.</p> <p>Tecnología: 11% tiene computadora de escritorio, al menos dos celulares.</p> <p>Educación: instrucción primaria completa.</p>

Economía: trabajadores de servicios y comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.

El 48% afiliado al IESS y el 6% tiene seguro privado.

Vivienda: el material predominante es ladrillo o cemento, tabla sin tratar o tierra. Un baño con ducha.

Bienes: 12% tiene teléfono convencional, menos del 43% tiene refrigeradora y cocina con horno, el 5% tiene lavadora, el 10% tiene equipo de sonido o minicomponente, un televisor a color.

Tecnología: un celular.

Estrato D Educación: instrucción primaria completa.

Economía: se desempeñan como trabajadores no calificados, trabajadores de servicios, comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.

El 11% afiliado al IESS.

Nota: Adaptado de Ecuador en Cifras (2011).

Definición y cálculo de la muestra

Definición. La muestra es una parte representativa de la población, un grupo o pequeña fracción del universo en el que se realiza la investigación. Para obtener dicha muestra se emplean fórmulas, lógica y otros mecanismos que permitan hacer una correcta observación de las variables a investigar. La ventaja es que el estudio se ejecuta en menor tiempo, es económico, se puede realizar un análisis profundo, se da un mejor control de la investigación y los resultados son más precisos (Rivera, 2017).

Cálculo. Según datos obtenidos del Censo del INEC en el 2010, la ciudad de Cuenca, en sus parroquias urbanas y rurales tiene una población de 505.585 habitantes, de los cuales el 59,8% que corresponden a 302.317 individuos pertenecen al rango de edades entre 20 y 84 años, que interesan para esta investigación (Ecuador en cifras, 2017). El estudio propuesto se enfocó en los estratos A, B y C+, cuya suma corresponde

al 35,9% del universo de la población; calculando este porcentaje se tiene la cantidad de 108.540 habitantes, que sería el segmento de mercado al que está dirigido este análisis. Para realizar el cálculo de la muestra se tomó en cuenta la población de interés en la ciudad de Cuenca, que es de 108.540 personas, siendo considerado un universo infinito (mayor a 100.000 habitantes), se procedió a usar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Donde,

z^2 = Nivel del confianza (95%) = 1.96.

e^2 = 5% margen de error.

p = 50% probabilidad de éxito.

q = 50% probabilidad de fracaso.

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,50) \times (0,50)}{0,0025}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0025} = \mathbf{384,16}$$

El resultado de esta operación establece que la muestra es de 384 personas.

Encuesta

Tipo: Cuantitativa.

Significancia y error: $Z = 95\% = 1,96$. $e = 5\%$.

Unidades de muestreo: 384 personas que viven en la ciudad de Cuenca.

Número de preguntas realizadas. La encuesta tiene cinco preguntas que se refieren a datos demográficos de los encuestados y doce preguntas con temas concernientes al estudio.

Diseño de la encuesta. Una vez hecho el cálculo de la muestra se procedió a diseñar la encuesta, de manera que las respuestas de los participantes ayuden a conocer el mercado y brinden las pautas para crear estrategias que permitan captar el mayor

número de interesados en el servicio ofrecido. El modelo de cuestionario del repositorio de la Pontificia Universidad Javeriana, de la tesis de grado “Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios en decoración, remodelación y ambientación de inmuebles, incluyendo el proceso de diseño, desarrollo del proyecto y suministro de los elementos para estos procesos, en Bogotá y municipios aledaños” elaborado por Claudia Sandoval y Sergio Ovalle en el 2012, fue tomado como referencia, modificado y adaptado de acuerdo a los objetivos y requerimientos del presente proyecto.

La encuesta consta de dos secciones: una sección sobre el perfil demográfico de los encuestados, en donde se registra lo siguiente: sexo (A), edad (B), estado civil (C), ingresos mensuales (D) y tipo de vivienda en cuanto a la tenencia (E); consta de una segunda sección de doce preguntas que hacen referencia al objeto de estudio. El diseño del cuestionario utilizado para la encuesta se encuentra en el Apéndice A.

Proceso de la encuesta. El cuestionario se concibió mediante Google Forms para que las personas puedan responderlo de manera digital, evitando el contacto cercano y manteniendo el distanciamiento recomendado en estos tiempos de emergencia sanitaria por causa del Covid-19. Una vez generado el formulario se difundió el link de la encuesta en diferentes grupos de WhatsApp, que forman parte del target objeto de estudio, también se compartió la encuesta por Facebook, pero no hubo mayores resultados pues muchas personas en esta red social ignoraron el cuestionario.

Objetivo de las preguntas de la encuesta. Los resultados obtenidos son muy útiles para entender más a detalle el nicho de mercado al que estará dirigido el servicio y así llegar al usuario de manera más efectiva.

1. ¿Ha realizado una remodelación, mantenimiento o ampliación para mejorar su casa?

Esta pregunta tiene la finalidad de identificar a los usuarios que en el pasado ya han tenido la disposición de contratar servicios de remodelación, mantenimiento o ampliación y así determinar el histórico.

2. ¿Qué tipo de servicio ha necesitado para su vivienda? Puede elegir más de una opción.

Con esta pregunta se tiene una referencia de cuáles servicios ha contratado el cliente en el pasado, si ha optado por la remodelación, mantenimiento o ampliación, saber cuáles son los más frecuentes.

3. Cuando ha efectuado remodelación, mantenimiento o ampliación de áreas de su vivienda, ¿a quién ha contratado? Puede elegir más de una opción.

Esta pregunta permite saber las preferencias que tiene el cliente al momento de contratar el servicio, en base a las respuestas se busca la mejor forma de llegar al consumidor, ofreciéndole el servicio del profesional que le proporcione confianza.

4. ¿Con qué frecuencia realiza remodelación, mantenimiento o ampliación para su vivienda?

Esta interrogante permite medir la frecuencia que las personas suelen contratar o han contratado los servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento, con los resultados se podrá estimar la demanda de los servicios ofrecidos por la empresa.

5. ¿Le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su casa?

Esta pregunta tiene el objetivo de descartar del estudio a las personas que definitivamente no tienen la intención o disposición de remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su casa, evitando pérdida de tiempo tanto del encuestador como del encuestado.

6. ¿Cuál ambiente de su casa le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento? Puede elegir más de una opción.

Con esta pregunta se tiene una visión general de cuáles ambientes tienen mayor demanda para realizar los servicios ofrecidos por la empresa, lo que permite idear estrategias de promoción de los servicios.

7. Si busca remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su vivienda actual es porque:

Puede elegir más de una opción.

Esta pregunta identifica los motivos por los que las personas contratan los servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de sus viviendas, los resultados permiten descubrir oportunidades y encontrar clientes potenciales.

8. ¿Estaría dispuesto a contratar una empresa que brinde servicios profesionales para remodelación, mantenimiento o ampliación de su vivienda?

Esta pregunta busca excluir del estudio a las personas que por diversos motivos no están dispuestos a contratar los servicios que brinda la empresa, pues no tiene sentido que se continúe con la encuesta si no hay interés.

9. ¿Qué atributos aprecia más en una empresa que brinda servicios de remodelación, mantenimiento o ampliación?

Esta interrogante ayuda a identificar los atributos que valora más el cliente al momento de contratar servicios, se da a escoger entre cinco opciones: profesionalismo, rapidez, calidad, tecnología (visualización 3D) y garantía y precios accesibles. Una vez identificados los atributos más apreciados por los consumidores se puede trabajar en ellos para lograr una ventaja competitiva.

10. Para recibir asesoría de un experto en remodelación, mantenimiento o ampliación, usted preferiría reunirse con él o ella en: Puede elegir más de una opción.

Esta pregunta busca conocer la preferencia de los clientes en cuanto al lugar de asesoría, las respuestas permiten conocer qué espacios físicos se necesitan y qué tipo de herramientas se debe implementar para satisfacer las expectativas de los clientes.

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación, mantenimiento o ampliación de su vivienda?

Identifica el monto económico que puede pagar el cliente cuando contrata los diferentes servicios ofrecidos, esto permite tener una idea de los ingresos para el análisis financiero del proyecto.

12. ¿Destinaría un mayor porcentaje de su presupuesto, para remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su vivienda si existiera una empresa que le preste un servicio integral y garantizado a un precio accesible?

Esta pregunta permite saber si las personas estarían dispuestas a pagar un valor adicional a cambio de que la empresa se encargue de todo, sin tener que preocuparse por nada; denota la disposición de las personas para contratar servicios integrales a cambio de su tranquilidad.

Análisis de Resultados de la encuesta

Pregunta A. Sexo al que pertenece

Tabla 3

Sexo al que pertenece

Pregunta A	Cantidad	Porcentaje
Masculino	197	51,30%
Femenino	187	48,70%
Total	384	100%

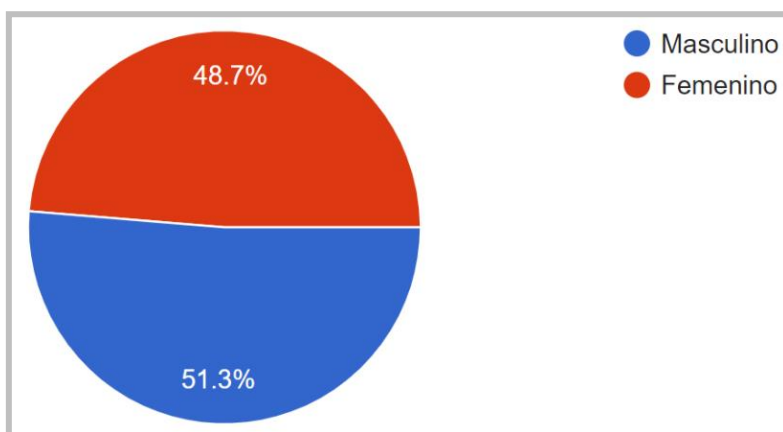


Figura 17. Sexo al que pertenece.

Resultado

Se puede observar en la tabla 3 y figura 17 que la encuesta realizada tuvo mayor respuesta por parte de los hombres que suman el 51,3% y las mujeres un 48,7%.

Pregunta B. Rango de edad

Tabla 4
Rango de edad

Pregunta B	Cantidad	Porcentaje
20-29 años	39	10,20%
30-39 años	150	39,10%
40-49 años	90	23,40%
50-59 años	46	12%
60-69 años	45	11,70%
70-79 años	10	2,60%
80-84 años	4	1,00%
Total	384	100%

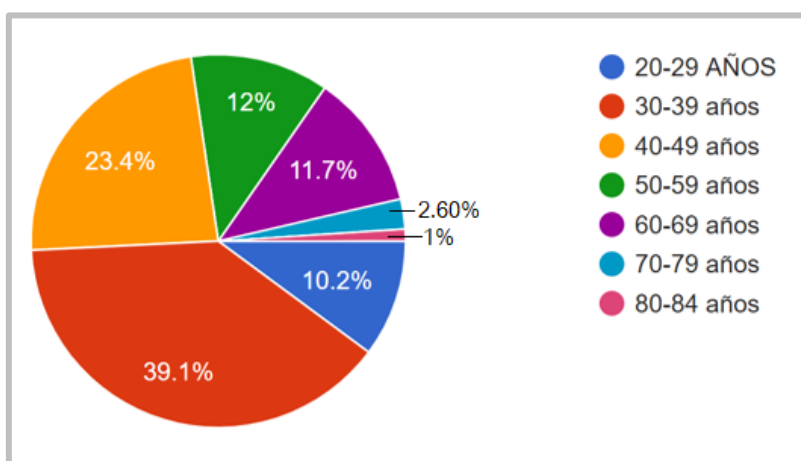


Figura 18. Rango de edad

Resultado

La encuesta realizada tuvo mayor respuesta por parte de personas con edades entre 30 a 39 años en un 39,10%, un 23,4% de personas de 40 a 49 años y de un 12% que corresponden al rango de edad de 50 a 59 años, tal como se muestra en la tabla 4 y figura 18.

Pregunta C. Estado Civil

Tabla 5
Estado Civil

Pregunta C	Cantidad	Porcentaje
Soltero	73	19%
Casado	230	59,90%
Unión Libre	24	6,30%
Divorciado	42	10,9%
Viudo	15	3,90%
Total	384	100%

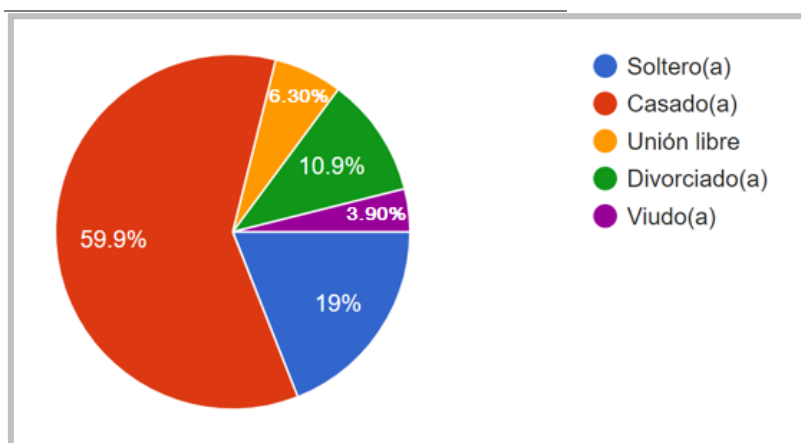


Figura 19. Estado Civil.

Resultado

Como se observa en la tabla 5 y figura 19, la encuesta fue respondida por 59,9 % de personas casadas, 19% solteros y un 10,9% divorciados.

Pregunta D. Ingresos Mensuales

Tabla 6
Ingresos mensuales

Pregunta D	Cantidad	Porcentaje
400-800	121	31,50%
801-1200	101	26,30%
1201-1600	61	15,90%
1601-2400	60	15,60%
Más de 2400	41	10,70%
Total	384	100%

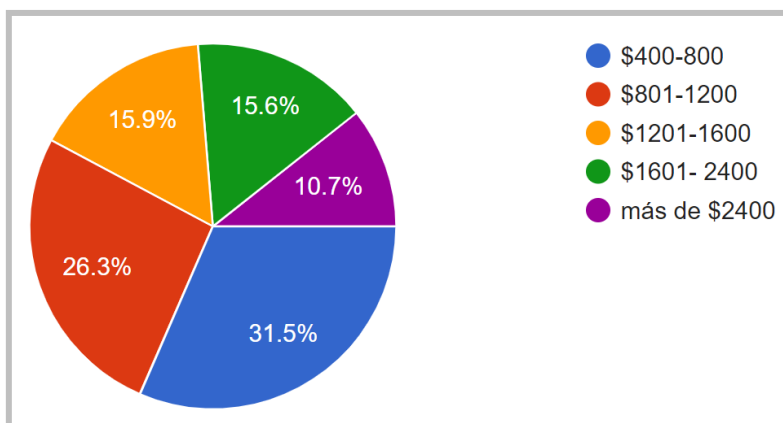


Figura 20. Ingresos mensuales.

Resultado

El 31,5% de los encuestados tienen ingresos mensuales de \$400 a \$800, se puede evidenciar también que el 26,3% tienen ingresos de \$801 a \$1.200, según se observa en la tabla 6 y la figura 20.

Pregunta E. Tipo de vivienda

Tabla 7
Tipo de vivienda

Pregunta E	Cantidad	Porcentaje
Propia	257	66,90%
Prestada	37	9,60%
Arrendada	73	19%
Hipotecada	8	2,10%
Cedida	2	0,50%
Quiero Construir	1	0,30%
Con mis suegros	1	0,30%
De mis padres	3	0,8%
Familiares	2	0,50%
Total	384	100%

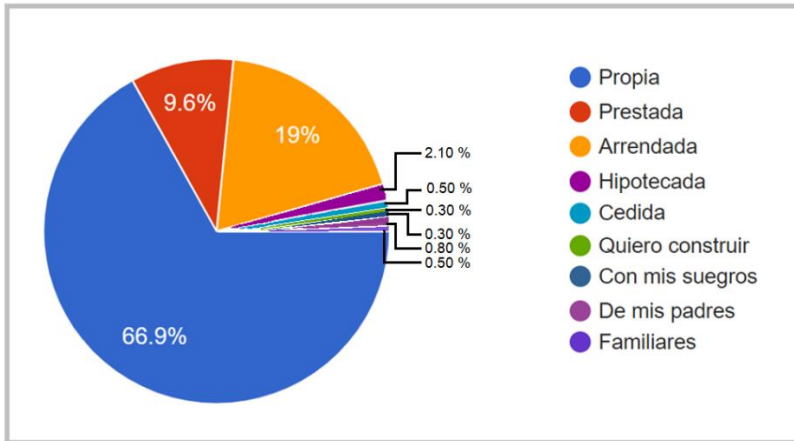


Figura 21. Tipo de vivienda.

Resultado

En la tabla 7 y figura 21 se observa que el 66,9% de los encuestados tienen casa propia, el 19% viven arrendando y el 9,6% ocupan viviendas prestadas. Las personas que poseen viviendas propias serán clientes más oprimados para contratar los servicios de la empresa.

Pregunta 1. ¿Ha realizado una remodelación, mantenimiento o ampliación para mejorar su casa?

Tabla 8

¿Ha realizado alguna mejora en su casa?

Pregunta 1	Cantidad	Porcentaje
Si	202	52,60%
No	182	47,40%
Total	384	100%

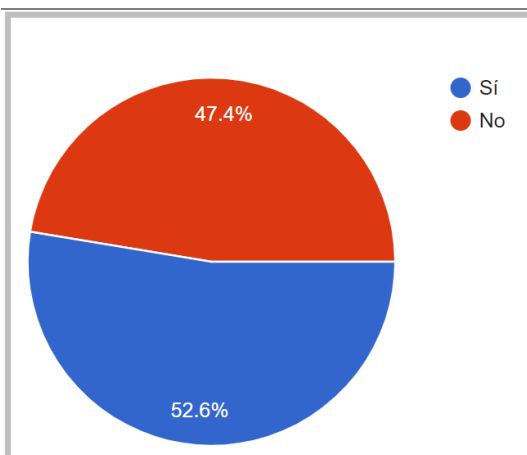


Figura 22. ¿Ha realizado alguna mejora en su casa?

Resultado

En la tabla 8 y figura 22 se puede observar que el 52,60% de los encuestados respondieron que sí habían realizado alguna mejora en sus viviendas, mientras el 47,4% respondieron que no.

Pregunta 2. ¿Qué tipo de servicio ha necesitado para su vivienda? Puede elegir más de una opción.

Tabla 9

¿Qué servicio ha necesitado?

Pregunta 2	Cantidad	Porcentaje
Remodelación	92	45,50%
Mantenimiento	101	50,00%
Ampliación	41	20,30%
Todos	23	11,40%
Total	202	100%

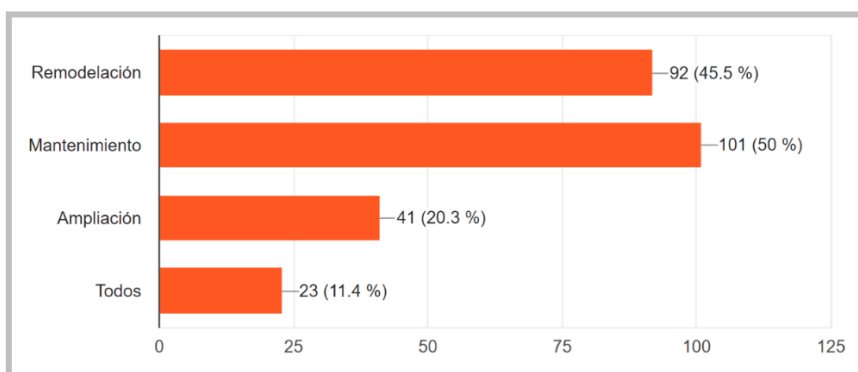


Figura 23. ¿Qué servicio ha necesitado?

Resultado

El 50% de los encuestados indican que han realizado mantenimiento, el 45,50% han optado por la remodelación, un 20,30% han realizado ampliación y un 11,40% afirman que han realizado todos los trabajos, tal como se observa en la tabla 9 y figura 23. Estos resultados demuestran que la creación de una empresa que preste un servicio integral sería muy conveniente para el sector.

Pregunta 3. Cuando ha efectuado remodelación, mantenimiento o ampliación de áreas de su vivienda, ¿a quién ha contratado? Puede elegir más de una opción.

Tabla 10.

¿A quién ha contratado?

Pregunta 3	Cantidad	Porcentaje
Arquitecto	63	31,2%
Diseñador de interiores	29	14,4%
Albañil de confianza	142	70,3%
Empresa de servicios de construcción	15	7,4%
Total	202	100%

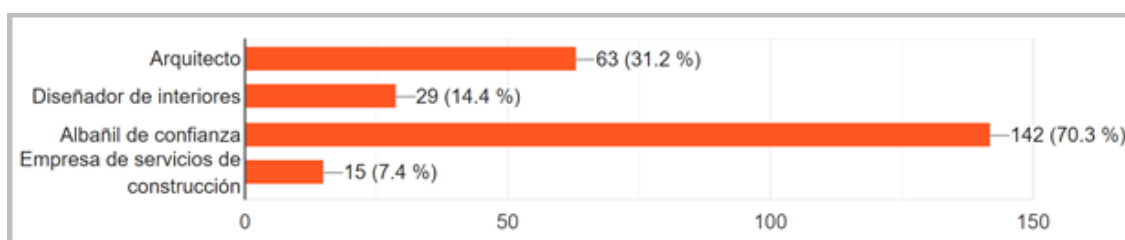


Figura 24. ¿A quién ha contratado?

Resultado

En la tabla 10 y figura 24 se puede evidenciar que el 70,3% de las respuestas de los encuestados indican que prefieren contratar un albañil de confianza para ejecutar las labores necesarias dentro de la vivienda, ya sea por economía o desconocimiento de la existencia de proveedores de servicios dedicados a este oficio; el 31,2% han contratado los servicios de un arquitecto, un 14,40% de un Diseñador de Interiores y apenas un 7,4% el servicio de empresas especializadas. Es por ello que la empresa de servicio de remodelación, ampliación o mantenimiento debe manejar buenas estrategias de marketing, proporcionar un servicio eficiente y con costos competitivos para atraer al consumidor.

Pregunta 4. ¿Con qué frecuencia realiza remodelación, mantenimiento o ampliación para su vivienda?

Tabla 11.

¿Con qué frecuencia realiza remodelación, mantenimiento o ampliación para su vivienda?

Pregunta 4	Cantidad	Porcentaje
Cada mes	1	0,50%
Cada 6 meses	5	2,48%
Cada año	58	28,72%
Cada 5 años	92	45,54%
Cada 10 años	46	22,76%
Total	202	100%

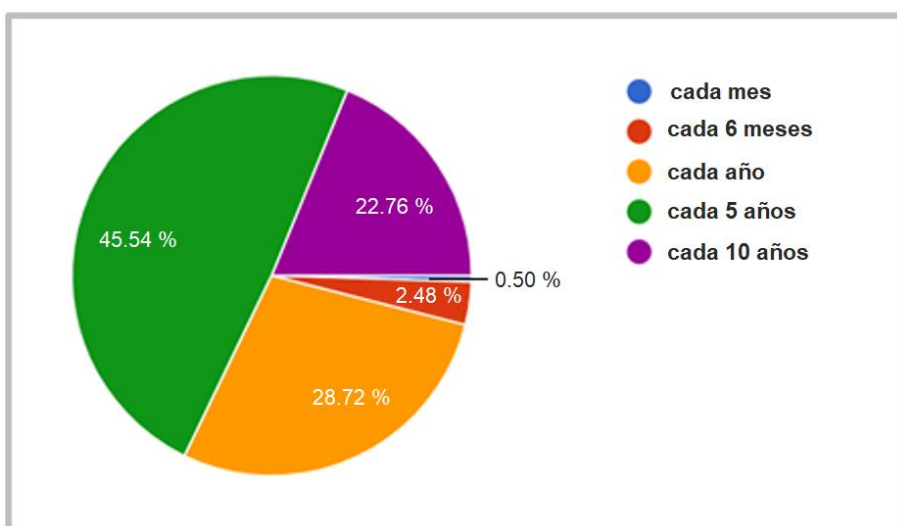


Figura 25. ¿Con qué frecuencia realiza remodelación, mantenimiento o ampliación para su vivienda?

Resultado

El 45,54% de los encuestados realizan trabajos de remodelación, mantenimiento y ampliación cada cinco años, un 28,72% realizan cada año y un 22,76% efectúan cada 10 años, tal como se visualiza en la tabla 11 y figura 25.

Pregunta 5. ¿Le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su casa?

Tabla 12

¿Le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su casa?

Pregunta 5	Cantidad	Porcentaje
Si	273	71,30%
No	111	28,70%
Total	384	100%

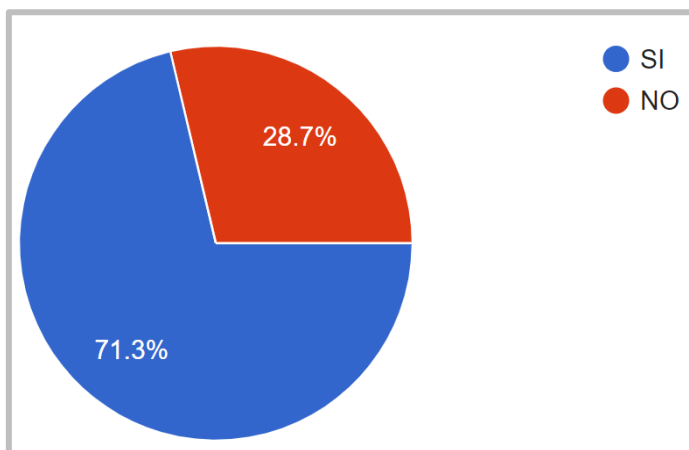


Figura 26. ¿Le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su casa?

Resultado

El 71,30% de los encuestados respondieron que sí realizarían trabajos de remodelación, ampliación o mantenimiento en sus viviendas, mientras que el 28,70% manifestaron que no, tal como se observa en la tabla 12 y figura 26.

Pregunta 6. ¿Cuál ambiente de su casa le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento? Puede elegir más de una opción.

Tabla 13

¿Cuál ambiente de su casa le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento?

Pregunta 6	Cantidad	Porcentaje
Sala	70	25,5%
Comedor	44	16,1%
Cocina	106	38,7%
Baño	77	28,1%
Dormitorio	85	31%
Exteriores (patio y jardines)	138	50%
Gradas	2	0,7%
Fachada	2	0,7%
Estudio	2	0,7%
Garajes	2	0,7%
Total	274	100%

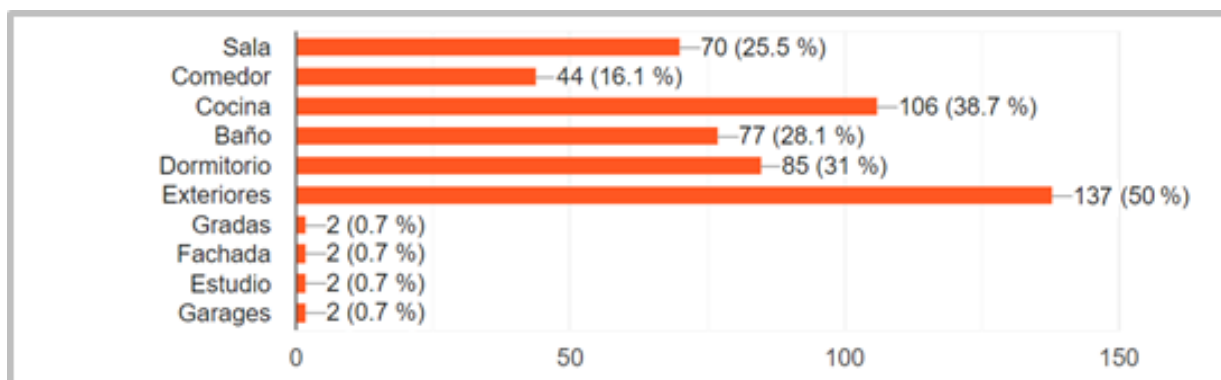


Figura 27. ¿Cuál ambiente de su casa le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento?

Resultado

Tal como se observa en la tabla 13 y figura 27, un 50 % de los encuestados indican que tienen preferencia por realizar remodelación, ampliación o mantenimiento en las áreas exteriores de la vivienda, un 38,7% en cocina, un 31% en dormitorio y un 28,1% en baño.

Pregunta 7. Si busca remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su vivienda actual es porque: Puede elegir más de una opción.

Tabla 14

¿Por qué busca remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su vivienda actual?

Pregunta 7	Cantidad	Porcentaje
Desea estar a la vanguardia en tendencias	79	28,8%
Necesita más espacio	69	25,2%
Necesita personalizar y adaptar el espacio	145	52,9%
Los espacios no cumplen con su función	48	17,5%
Quiere incrementar el valor inmobiliario	30	10,9%
Total	274	100%

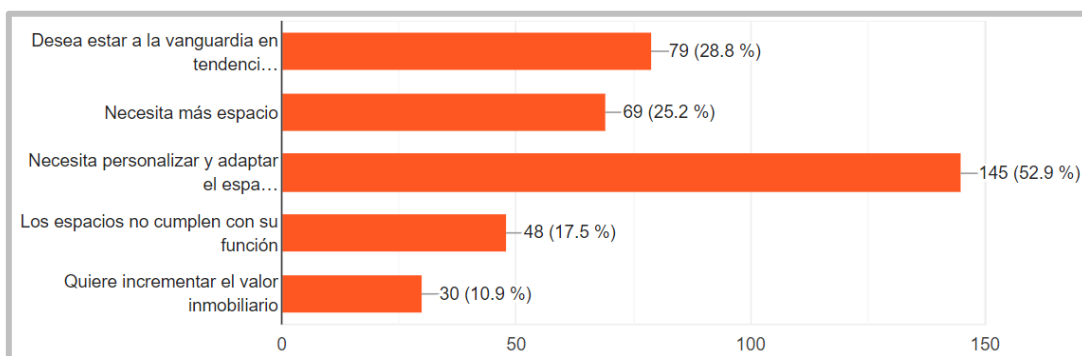


Figura 28. ¿Por qué busca remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su vivienda actual?

Resultado

Como se puede observar en la tabla 14 y figura 28, un 52,9% de las respuestas dadas por los encuestados indican que realizan trabajos de remodelación, ampliación o mantenimiento en sus hogares porque necesitan personalizar y adaptar el espacio según sus necesidades; un 28,8% porque desean estar a la vanguardia en tendencias y un 25,2% porque necesitan más espacio.

Pregunta 8. ¿Estaría dispuesto a contratar una empresa que brinde servicios profesionales para remodelación, mantenimiento o ampliación de su vivienda?

Tabla 15

¿Contrataría una empresa especializada?

Pregunta 8	Cantidad	Porcentaje
Si	205	74,80%
No	69	25,20%
Total	274	100%

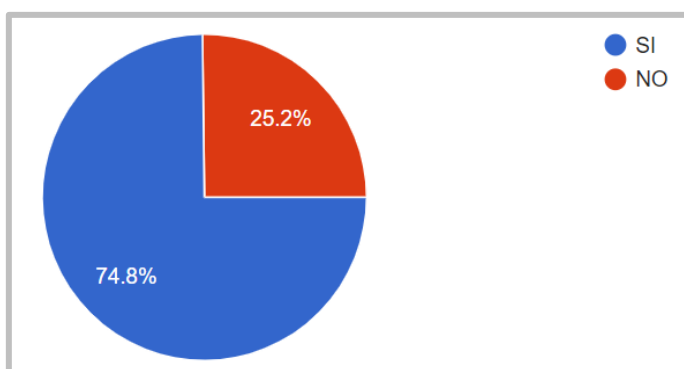


Figura 29. ¿Contrataría una empresa especializada?

Resultado

Un 74,8% de los encuestados expresaron que sí contratarían una empresa que preste los servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento, mientras que un 25,2% indicaron que no contratarían una empresa especializada, tal como se indica en la tabla 15 y figura 29.

Pregunta 9. ¿Qué atributos aprecia más en una empresa que brinda servicios de remodelación, mantenimiento o ampliación? Puede elegir más de una opción.

Tabla 16
Atributos que aprecia

Pregunta 9	Cantidad	Porcentaje
Profesionalismo	123	60%
Calidad y garantía	130	63,41%
Tecnología (visualización 3d)	69	33,66%
Rapidez	93	45,37%
Precios accesibles	121	59,02%
Total	205	100%

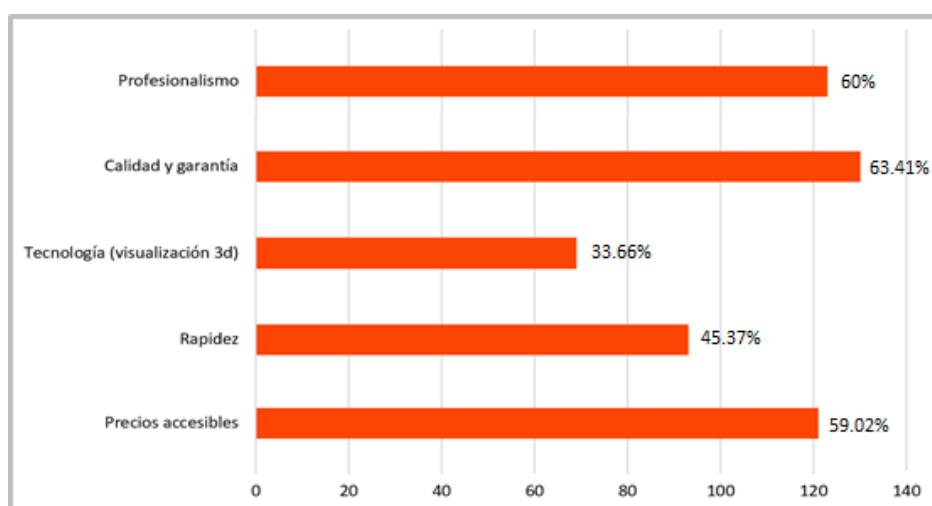


Figura 30. Atributos que aprecia.

Resultado

Según los datos presentados en la tabla 16 y la figura 30, entre los atributos manifestados por los participantes del estudio, se expone que en primer lugar

consideraron como importante la calidad y garantía (63,41%), seguido de profesionalismo (60%) y finalmente precios accesibles (59,02%), características que se deben tomar en cuenta para la propuesta de valor de la empresa.

Pregunta 10. Para recibir asesoría de un experto en remodelación, mantenimiento o ampliación, usted preferiría reunirse con él o ella en: Puede elegir más de una opción.

Tabla 17
¿Dónde prefiere reunirse?

Pregunta 10	Cantidad	Porcentaje
Su domicilio	138	67,3%
Su lugar de trabajo	29	14,1%
Oficina del experto en construcción	41	20%
Asesoría virtual	52	25,4%
Asesoría a través de llamada telefónica	11	5,4%
Total	205	100%

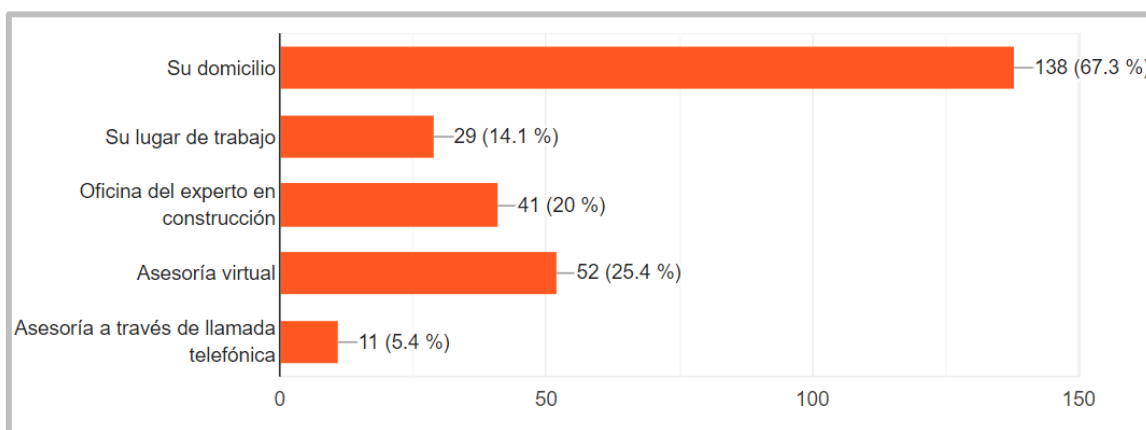


Figura 31. ¿Dónde prefiere reunirse?

Resultado

El 67,3% de los encuestados desean recibir asesoría en su domicilio, el 25,4% desean asesoría virtual y un 20% quisieran reunirse en la oficina del experto, como se observa en la tabla 17 y figura 31.

Pregunta 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación, mantenimiento o ampliación de su vivienda?

Tabla 18

¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación, mantenimiento o ampliación de su vivienda?

Pregunta 11	Cantidad	Porcentaje
\$100-\$500	19	9,27%
\$501-\$1.000	48	23,41%
\$1.001-\$3.000	90	43,90%
\$3.001-\$10.000	37	18,05%
Más de \$10.000	11	5,37%
Total	205	100%

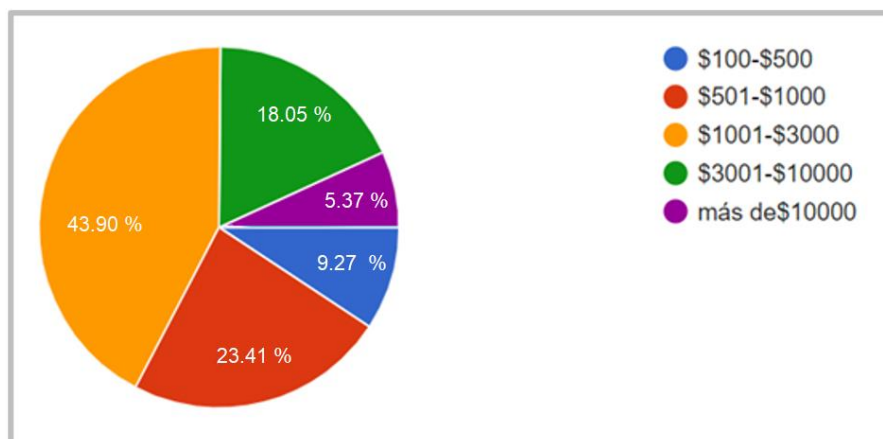


Figura 32. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación, mantenimiento o ampliación de su vivienda?

Resultado

De acuerdo a la tabla 18 y la figura 32 se observa que el 43,90% de los encuestados estarían dispuestos a invertir entre \$1.001-\$3.000 para realizar trabajos de remodelación, ampliación o mantenimiento; el 23,41% invertiría entre \$501-\$1.000 y el 18,05% estarían dispuestos a pagar entre \$3.001-\$10.000.

Pregunta 12. ¿Destinaría un mayor presupuesto, para remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su vivienda si existiera una empresa que preste un servicio integral y garantizado a un precio accesible?

Tabla 19
 ¿Destinaría un mayor presupuesto?

Pregunta 12	Cantidad	Porcentaje
Si	163	79,50%
No	42	20,50%
Total	205	100%

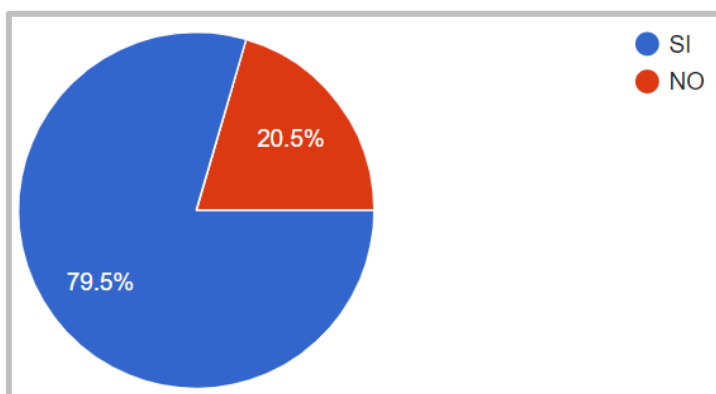


Figura 33. ¿Destinaría un mayor presupuesto?

Resultado

El 79,5% de los encuestados estarían dispuestos a invertir un mayor presupuesto para realizar trabajos de remodelación, ampliación o mantenimiento de su vivienda, a cambio de recibir los servicios de una empresa especializada; mientras que el 20,5% no lo harían, tal como lo indica la tabla 19 y la figura 33.

Entrevistas a profundidad

Tipo: Cualitativa.

Target de aplicación: Profesionales de la construcción.

Número de casos: Cuatro entrevistas a profesionales de la construcción.

Temática: Puntos a tratar en la entrevista:

- **Trabajos que realiza:** Se refiere al tipo de tareas que está desarrollando en este momento en el ámbito constructivo, ya sea de remodelación, ampliación o mantenimiento, tanto como constructor o trabajador de obra.

- *Motivos para las adecuaciones:* se refiere a las razones por las que los usuarios optan por remodelar, ampliar o dar mantenimiento a sus espacios.
- *Precios:* Saber cuál es el valor por m, m2, m3, ml, etc., que está cobrando un obrero para realizar una labor determinada para la remodelación, ampliación o mantenimiento.

Proceso de las entrevistas

En primer lugar, se escogió a cuatro profesionales que realizan diferentes tareas durante el proceso constructivo. Se elaboró la guía de preguntas de las entrevistas para que proporcionen información más profunda que no se pudo tratar en la encuesta. La entrevista fue corta, no más de ocho preguntas; para cada profesional se elaboraron las interrogantes de acuerdo a su rol dentro de la construcción, sin embargo, guardan relación y permiten sacar conclusiones enlazadas entre los diferentes entrevistados. Tres de los profesionales fueron entrevistados presencialmente y uno de ellos mediante video llamada. Cabe destacar que los entrevistados autorizaron la publicación de sus fotografías y respuestas en el presente trabajo, detallado en el apéndice B.

Perfiles de los entrevistados

Las entrevistas se realizaron a cuatro profesionales de la construcción:

1. Arquitecto.
2. Diseñador de Interiores.
3. Contratista instalador.
4. Albañil.



1. Elizabeth Jara- Arquitecta.

Arquitecta Graduada en la Universidad Católica de Cuenca.

Experiencia: 10 años.

Ha trabajado en oficina independiente por varios años, bajo relación de dependencia en una ONG y así también con varios arquitectos mediante prestación de servicios profesionales.



2. Verónica Saguay Tacuri - Diseñadora de Interiores.

DISEÑADORA de INOUH Interiorismo Arquitectónico.

Experiencia: 6 años.

Ha trabajado en varios proyectos de diseño, construcción y remodelación de espacios residenciales y comerciales en la ciudad de Cuenca y varias ciudades del país.



3. Diego Viñanzaca - Contratista Instalador.

Propietario de la empresa V. P. Constructores que brinda servicios de instalación de recubrimientos cerámicos.

Experiencia: 25 años.

**Brinda servicio de empastado, pintura, instalación de cerámica, porcelanato y piedra.
Instalación de estuco y gypsum, entre otros.**



1. Maestro Edinson Álvarez Freire- Albañil.

Trabajador independiente de servicios de Albañilería.

Experiencia: 12 años.

Realiza trabajos de enlucido, trabado de ladrillo, colocación de recubrimientos cerámicos.

Análisis de resultados de las entrevistas

Entrevista 1.

Elizabeth Jara – Arquitecta

- 1. ¿Qué ha solicitado el cliente cuando ha sido contratada?: remodelación, mantenimiento o ampliación.**

He realizado remodelación y mantenimiento de viviendas.

- 2. ¿Cuáles son los pasos a seguir, luego de que el cliente le contacta para que lo ayuden con la remodelación de su casa?**

-Se pregunta al cliente cuáles son sus necesidades, qué estilo le gusta, qué es lo que requiere y qué áreas desea cambiar.

- Se hace el cálculo estimado del costo del anteproyecto.

-Se realiza el levantamiento planimétrico del lugar y se presenta una cotización formal.

-Se contacta a los profesionales correspondientes para realizar un estudio estructural, sanitario, hidrosanitario y eléctrico en caso de ser necesario.

-Se trabaja en el diseño del anteproyecto.

-Se elabora la presentación del anteproyecto, en caso de que el cliente no esté conforme se realizarán los cambios solicitados y se procede a desarrollar el proyecto final.

- Por último, se lleva a cabo la construcción de la obra.

3. ¿Cuáles son los pasos a seguir en caso de que el cliente se contacte para que lo ayuden con la ampliación o mantenimiento?

-Se le pregunta qué necesita, qué estilo, cuál es el requerimiento y qué áreas quiere cambiar, ampliar o dar mantenimiento.

-Se hace el cálculo estimado del costo del anteproyecto en caso de ampliación; en caso de mantenimiento se realiza un cálculo estimativo de las áreas que desee arreglar.

-Se realiza el levantamiento planimétrico del lugar y se da el valor real en caso de ampliación; para el mantenimiento se mide las áreas que se desea reparar.

-Se contacta a los profesionales correspondientes para realizar un estudio estructural, sanitario, hidrosanitario y eléctrico en caso de ampliación; en caso de mantenimiento se pone en contacto con los trabajadores de obra.

-Se trabaja en el diseño del anteproyecto para el caso de ampliación.

-En caso de ampliación, se realiza la presentación del anteproyecto, en caso de que el cliente no esté conforme se realizarán los cambios solicitados.

-Se procede a ejecutar el proyecto final.

2. Cuando va al lugar de la obra para el diagnóstico inicial, ¿cuáles son los elementos arquitectónicos que toma en cuenta antes de emitir una opinión?

Se ve el estado de la estructura, de paredes, pisos, elementos de madera, instalaciones sanitarias, hidrosanitarias, eléctricas, etc.

3. Según su experiencia, ¿cuáles son los principales motivos por los que el dueño de la vivienda quiere remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su casa?

Según mi experiencia, los clientes que optan por remodelar sus casas lo hacen por deterioro del inmueble y porque necesitan más espacio en determinadas áreas.

- 4. ¿Cuáles son los ambientes de una vivienda que con mayor frecuencia ha remodelado, ampliado o dado mantenimiento a lo largo del ejercicio de su profesión?**

Los espacios que más he remodelado son: cocina, baños, áreas exteriores.

- 5. Según su criterio, ¿cuáles son los aspectos que más valora el cliente al momento de hacer una remodelación? Por ejemplo, cumplimiento en el plazo, calidad, experiencia, precios bajos, etc.**

Los precios bajos, la calidad y los años de experiencia.

Entrevista 2.

Verónica Saguy Tacuri – Diseñadora de Interiores

- 1. ¿Cuáles son los servicios que presta la empresa donde trabaja?**

La empresa INOUH presta varios servicios que tengan relación con el Interiorismo Arquitectónico, es decir, hay proyectos en los que nos encargamos integralmente desde la elaboración de los planos arquitectónicos, maquetación 3d para la propuesta de diseño, presupuesto tanto de la planificación y construcción de la obra gris, así como de los acabados, finalizando con la ejecución del proyecto, lo que implica colocación de revestimientos y la carpintería en general, hasta llegar a un acabado idéntico o similar a la propuesta de interiorismo.

Por otra parte, elaboramos también proyectos de remodelación sobre obras ya construidas con base a un diseño y un presupuesto aprobado por el cliente; no siempre somos los diseñadores pues, si un colega realizó la propuesta y necesita que se construya nosotros la realizamos.

- 2. De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles son las razones que motivan al cliente a hacer una remodelación, mantenimiento o ampliación?**

En la mayoría de los casos el cliente nos contrata cuando compran una vivienda o departamento que necesita acoplarse a sus necesidades y que quieren que se vea estéticamente bien o de acuerdo a su gusto.

3. ¿Qué estilos de diseño prefieren los clientes en la actualidad?

El estilo es variado, siempre encontraremos personas que tienen preferencia por los estilos clásicos y rústicos, pero en su mayoría optan por estilos modernos y minimalistas, ello siempre dependerá del tipo de vivienda, su materialidad y la forma en la que se oriente el diseño; a lo que me refiero es que, si la vivienda y el presupuesto nos lo permite se puede tomar riesgos en el diseño y transformarla por completo, caso contrario será un estilo ecléctico manteniendo parte de lo que hay en la vivienda.

4. ¿Cuáles son los ambientes de una vivienda que con mayor frecuencia un cliente le ha pedido remodelar, dar mantenimiento o ampliar?

La barbacoa exterior, cocina y baños.

5. ¿Cuáles son las preguntas clave que le hace a un cliente antes de hacerle una propuesta de diseño?

-¿Cuál es el presupuesto con el que cuenta?

-¿Qué estilo es el que le gustaría plasmado en el diseño?

-¿Qué idea es la que tiene sobre el espacio a diseñar?; es decir, ¿qué quiere incorporar, quitar o resaltar?

-¿Qué colores son los que le gustaría incorporar?

6. ¿Cuáles son los principales desacuerdos que ha tenido con sus clientes cuando contratan sus servicios?

Desacuerdos con el precio, los clientes muchas veces no dimensionan los trabajos que implica realizar el cambio y siempre piden descuentos, tampoco quieren

reconocer costos adicionales por imprevistos mayores que podían presentarse en la mitad del proceso.

7. ¿Cuáles son las etapas que requieren de mayor atención en un proceso de remodelación, mantenimiento o ampliación?

De acuerdo al trabajo que realizamos en la empresa INOUH, hay que prestar atención en todo el proceso, no podemos correr el riesgo de descuidar nada en la elaboración del proyecto.

- a) El diseño, la planimetría y los detalles constructivos, ya que no se puede proponer algo imposible de realizar o que esté fuera del alcance del presupuesto.
- b) El presupuesto siempre tiene que ser a detalle y debe contener cada uno de los elementos presentes en la propuesta de diseño. A los clientes no les gusta precios estimados, ellos quieren ver precios reales y saber el valor con el que tienen que contar; tampoco les gusta si al finalizar la obra se les indica que tienen que ajustar un valor adicional por tal o cual motivo que como constructores se supone que se debió prever.
- c) Ejecución, tiene que estar elaborada a detalle con la mejor técnica de construcción y tiene que ser fiel al diseño, ya que si el cliente detecta que falta algo o no está conforme, será imposible en muchos de los casos que termine pagando por el trabajo.

8. ¿Cuál es la manera que le ha resultado más efectiva para mostrar cómo quedará finalmente la obra?

La mejor manera de presentar un proyecto es con renders realistas o hiperrealistas, con imagen de alta fidelidad, realizado en un motor de render como el programa Vray.

Entrevista 3.

Diego Viñanzaca - Contratista Instalador

1. ¿Cuántos años trabaja usted en el sector de la construcción?

La empresa tiene 10 años prestando sus servicios, pero como trabajador independiente tengo 27 años, los trabajos se realizan a nivel nacional.

2. ¿Cuáles son los servicios que usted ofrece a sus clientes?

Nosotros realizamos trabajos de instalaciones de porcelanato, cerámica, granillo lavado en piscinas y remodelación integral de cocinas.

3. En los últimos dos años, ¿cuántos servicios de remodelación, mantenimiento o ampliación ha realizado?

Aproximadamente he realizado 100 remodelaciones, este trabajo es el más solicitado, en ampliación se ha realizado en 50 viviendas y mantenimiento se ha realizado pintado, colocación de porcelanato, cambio del granillo lavado, este trabajo se ha realizado a unas 50 viviendas.

4. ¿Cuáles son los ambientes de una vivienda que con mayor frecuencia le han pedido remodelar, dar mantenimiento y ampliar?

Baños, cocinas, en general áreas sociales son los ambientes que la gente más le gusta remodelar, se ha dado mantenimiento a las fachadas de las casas y a las instalaciones de agua. Las ampliaciones se hacen generalmente para usar de bodegas o para agrandar dormitorios.

5. ¿Cuáles son los precios que usted cobra por los diferentes servicios?

Realización de empaste por lo general se cobra \$4,00 el metro cuadrado, incluye el material, si es sólo mano de obra se cobra \$1,50 el metro cuadrado; la pintura se cobra \$1,00 la mano de obra para interiores, en el caso de exteriores se cobra de \$1,80 a \$2,00; la instalación de cerámica o porcelanato cobro \$4,00 el metro cuadrado; el

biselado de porcelanato cuesta \$2,50 el metro lineal, las rastreras cobro \$1,50; el granillo lavado y sellado se cobra por metro lineal \$4,00, dependiendo el ancho varía el precio; la colocación de estuco liso cuesta \$7,50 el metro cuadrado, incluye material y las cornisas cuestan \$3,50 el metro lineal; la colocación de gypsum en liso con materiales cuesta \$12,00 el metro cuadrado; el enlucido se cobra \$4,00 el metro cuadrado.

6. ¿Qué es lo que más valoran sus clientes de su trabajo?

El tipo de acabado o terminados que se da a cada trabajo.

7. ¿Usted ofrece algún tipo de garantía por su trabajo?

Garantía económica no ofrezco, la garantía es por el buen trabajo realizado.

Entrevista 4.

Edinson Álvarez Freire - Albañil

1. ¿Cuáles son los principales trabajos que usted realiza?

Realizo trabajos de enlucido, trabado de ladrillo, colocación de pisos de cerámica y porcelanato.

2. ¿Cuántos años tiene de experiencia en el sector de la construcción?

Tengo 12 años de experiencia en trabajos de construcción.

3. ¿Quiénes son sus principales clientes?

Yo trabajo para los contratistas y arquitectos, también realizo trabajos pequeños que necesitan los dueños de casa.

4. ¿Por qué cree usted que sus clientes lo prefieren?

Me contratan porque hago un buen trabajo, soy responsable, todos los trabajos hago con dedicación y honradez.

5. ¿Cree usted que sus clientes quedan satisfechos con su trabajo y por qué?

Los clientes quedan satisfechos por mi trabajo porque tienen garantía, se trabaja hasta que el cliente quede satisfecho.

6. ¿Cuánto cobra usted por los diferentes servicios que ofrece?

Yo cobro por día y por metro cuadrado, depende:

- Enlucido \$25,00 al día, se coloca aproximadamente 15m² en un día.
- Trabar ladrillo \$25 al día, se traba un promedio de 200 ladrillos al día.
- Colocar cerámica \$4,00 el metro cuadrado.

7. ¿Qué tipo de garantía usted ofrece por su trabajo?

Si algo está mal, se vuelve a hacer hasta que el cliente quede conforme.

Conclusiones finales de encuesta y entrevistas a profundidad

Entre los datos más relevantes conseguidos con la encuesta se destacan:

El 52,60% de los encuestados ya han realizado remodelaciones, ampliaciones o mantenimiento en sus viviendas, lo que significa que es muy requerido este tipo de servicios. Un 70,3% ha contratado los servicios de su albañil de confianza para ejecutar las labores necesarias dentro de la vivienda y tan sólo un 7,4% acudió a una empresa de servicios de construcción, ya sea por economía o desconocimiento de su existencia; es por ello que la empresa de servicio de remodelación, ampliación o mantenimiento debe manejar estrategias efectivas de marketing para darse a conocer.

El 71,30% de los encuestados manifiestan que les gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su casa, siendo los espacios favoritos las áreas exteriores, cocina, dormitorio y baño. Las características que más valoran los usuarios son: en primer lugar la calidad y garantía, en segundo lugar el profesionalismo y en tercer lugar los precios accesibles. El 67,3% de encuestados desean recibir asesoría en su domicilio, seguido de un 25,4% que desean atención virtual, dato muy importante para satisfacer las

expectativas y necesidades de los clientes. Un 43,90% estarían dispuestos a invertir entre \$1.001 y \$3.000 para mejorar su casa.

Los resultados de las entrevistas revelaron que existe una mayor demanda de servicios de remodelación que de mantenimiento y ampliación. Los espacios que con mayor frecuencia se remodelan son: cocina, baños y áreas exteriores. Cuando se realiza mantenimiento, en su mayoría son de fachadas de casas y de instalaciones de agua; las ampliaciones se dan en menor número, las más frecuentes corresponden a dormitorios y a espacios destinados a bodegas.

Los usuarios contratan servicios de remodelación para adecuarlos a sus necesidades y cambiar su estilo; el mantenimiento lo realizan porque visualmente el elemento o espacio se encuentra deteriorado; las ampliaciones se llevan a cabo para incorporar habitaciones no existentes en la casa o para agrandar dormitorios.

El mayor desacuerdo que se produce con el cliente es el precio, a veces surgen imprevistos que incrementan el valor final de la reforma, por lo tanto se recomienda poner un porcentaje adicional para cubrir eventuales cargos, también se debe indicar al cliente que el valor final podría variar si existieran imprevistos que generen rubros adicionales.

Se obtuvo información sobre los precios y unidades utilizadas en los servicios que ofrecen los profesionales entrevistados, estos datos sirven para realizar el tarifario de servicios que serán ofrecidos por la empresa. El estudio de mercado permitió conocer las preferencias, requerimientos y características del nicho de mercado, información que resulta útil para desarrollar la propuesta planteada en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO IV

Formulación del proyecto

Mediante los resultados del estudio de mercado se evidenciaron los gustos, preferencias, el perfil socioeconómico y el comportamiento de consumo de la muestra encuestada. Dentro de este capítulo se desarrolla el *estudio técnico* y las propuestas para hacer realidad el proyecto; se pretende definir el nombre de la empresa, su misión, visión, valores, estructura organizacional, ubicación, capacidad instalada, estructura legal, posicionamiento publicitario, el marketing mix y todo lo relacionado a la operatividad, que permitirá alcanzar las expectativas de las personas que solicitarán el servicio de remodelación, ampliación o mantenimiento.

Justificación

La creación de una empresa que se dedique a remodelar, ampliar y dar mantenimiento a espacios residenciales en la ciudad de Cuenca, se plantea con la finalidad de satisfacer la necesidad de las personas de sentirse a gusto en sus hogares y mejorar su estilo y condiciones de vida. El proceso de mejora de una vivienda conlleva molestias al habitante de la misma, con la creación de la empresa se pretende mejorar la experiencia del usuario del servicio para hacer este proceso más tolerable y así ganar la confianza del cliente para afianzar una relación duradera. Por otra parte, la implementación de la empresa generará fuentes de empleo a los diferentes obreros y profesionales que intervienen en el proceso de construcción.

En base a los resultados del estudio de mercado se ha confirmado que hay aceptación por parte de los usuarios ante la oferta de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento; se obtienen datos de que a nivel local un gran número de personas desearían intervenir diferentes espacios de su casa y estarían dispuestos a contratar una empresa que brinde un servicio integral. En la actualidad, estos servicios

son atendidos por personal independiente, no existe una empresa que trabaje bajo un modelo empresarial en donde se generen mayores garantías de cumplimiento, tanto para el cliente como para el prestador de servicios.

Se ha visto una buena oportunidad para la implementación de este negocio pues por la recesión económica de los últimos tiempos, las personas que no han podido comprar viviendas nuevas, quieren remodelar la que tienen en la actualidad y adaptarla a sus necesidades; por otra parte, es inevitable que los inmuebles se deterioren por el paso del tiempo y requieran de mantenimiento ocasional, en base a lo expuesto, se dispone de gran número de potenciales clientes para los servicios que ofrecerá la empresa.

La empresa

Nombre

El nombre de la empresa será **Arqanto**, está basado en la hoja de acanto que ha sido emblemática a lo largo del tiempo en el diseño y la arquitectura. Simboliza la larga vida o la inmortalidad, pues desde la antigüedad se conoce que crece bajo condiciones climáticas adversas, también resaltan sus propiedades curativas y medicinales. La hoja de acanto es un elemento de diseño arquitectónico desarrollado por los griegos, se usó por primera vez en el estilo de *columna corintia*³ y se ha incorporado en los frisos y paredes de los edificios; más tarde los romanos la utilizaron en un estilo de *capitel compuesto*⁴. Constantemente la hoja de acanto se ha representado de forma estilizada en

³ Estilo de columna decorada que surgió en la antigua Grecia y se constituye como una de las Órdenes Clásicas en la Arquitectura. Posee lujosos ornamentos tallados que se simulan hojas y flores (Greelane, 2019).

⁴ Parte más alta de una pilastra o columna, cuya corona tiene forma de moldura con ornamentación. El capitel compuesto se obtuvo combinando las características de un capitel jónico de cuatro caras y un capitel corintio (Gutiérrez, s.f.).

la arquitectura, con leves variaciones según la tendencia de la época y en la actualidad se pueden encontrar también en diseño de mobiliario (Arquitectura Pura, 2020).

Para que el nombre denote mayor relación con la arquitectura y la construcción, se ha sustituido la c por la r y q: **Acanto = Arqanto**

Misión

La misión de la empresa es dar soluciones constructivas eficientes e innovadoras en remodelación, ampliación o mantenimiento de viviendas, brindando un servicio integral, personalizado, de alta calidad, a precios accesibles, estando a la vanguardia en tendencias y tecnología.

Visión

Ser una empresa líder que brinde servicios de: remodelación, ampliación o mantenimiento de viviendas en la ciudad de Cuenca y a nivel nacional, aportando soluciones inteligentes y creativas que se diferencien de la competencia.

Valores

- Ética empresarial con el cliente interno y externo, demostrando equidad y justicia.
- Profesionalismo presentado en los trabajos realizados a los clientes.
- Compromiso y pasión en todos los proyectos.
- Respeto, asegurando un clima armónico tanto para colaboradores como para clientes.
- Transparencia y profesionalismo en la gestión.
- Puntualidad para cumplir los trabajos en el tiempo establecido.
- Responsabilidad social y ambiental.

Organigrama

En la Figura 34 se describe la estructura organizacional con la que funcionará Arqanto, formado por tres departamentos: técnico, financiero y comercial.

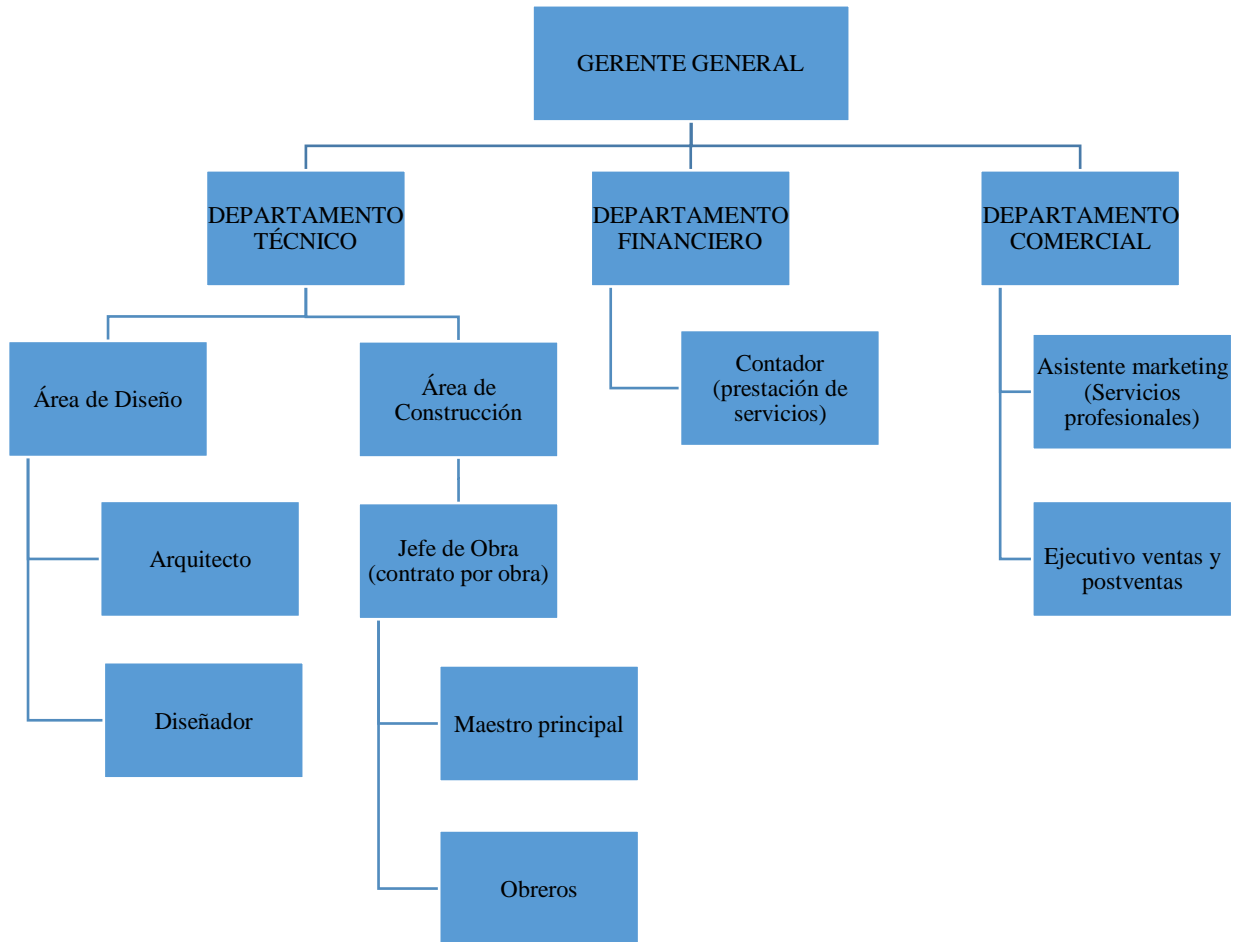


Figura 34. Organigrama.

Funciones del cargo

Gerente general:

- Planear los objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa de acuerdo a su crecimiento.
- Tomar decisiones para el bien de la empresa.
- Reconocer y controlar las actividades planificadas.
- Contratar al personal conveniente para cada cargo.
- Examinar los aspectos administrativos, financieros, recursos humanos, etc.

- Control de costos para obras.
- Subcontratación de servicios y gestión de compras a proveedores.
- Realizar los documentos oficiales de la obra.
- Control de seguridad y salud de los colaboradores.

Arquitecto:

- Definir objetivos del proyecto.
- Diagnóstico inicial.
- Realizar el levantamiento planimétrico de la obra.
- Realizar la propuesta en equipo con el Diseñador.
- Calcular los costos de la obra.
- Entregar el anteproyecto y proyecto final.
- Guiar la implementación del diseño.
- Revisar en caso de haber modificaciones de construcción para su respectiva corrección.
- Liderar equipos multidisciplinarios.

Diseñador:

- Analizar las preferencias del cliente, tales como: personalidad, gustos, expectativa del confort, ideas, motivaciones, anhelos, etc.
- Evaluar la manera de intervenir el espacio arquitectónico, mediante el levantamiento de la construcción actual y planos que detallen los cambios a realizarse en la remodelación.
- Trabajar con el arquitecto residente para realizar cambios más significativos que favorezcan a la estética y funcionalidad del espacio a intervenir.

- Participar activamente y de forma creativa en los acabados finales de la obra, seleccionando los materiales más adecuados para cubrir las necesidades del cliente.

Jefe de obra:

- Planificación y organización de los trabajos de obra.
- Propuesta de los procedimientos, técnicas y métodos para mejorar los rendimientos de los trabajadores y los resultados de la obra.
- Comprobación de mediciones.
- Control de tiempos de construcción.
- Supervisar la calidad de los trabajos de obra.
- Seguimiento de las visitas de obra.

Contador

- Crear estados financieros.
- Mantener al día la información contable.
- Declarar impuestos según los requerimientos de la empresa.
- Preparar nóminas y programación de pagos por contratos o servicios profesionales.
- Brindar asesoramiento financiero necesario.
- Elaborar informes financieros.

Asistente de marketing

- Planificar las campañas publicitarias en diferentes meses del año.
- Generar material gráfico para publicarlo en las diferentes redes sociales.
- Manejar y actualizar la página web.
- Realizar publicaciones periódicas en las redes sociales, tales como: Facebook, Instagram y Twitter.

- Contestar mensajes de clientes y potenciales clientes que se contacten a través de los medios digitales.
- Generar una base de datos en tiempo real de los clientes contactados y sus requerimientos.

Ejecutivo de ventas y postventas

- Contestar llamadas telefónicas de clientes y potenciales clientes.
- Dar seguimiento a la base de datos generada por el asistente de marketing.
- Realizar llamadas de seguimiento a los clientes que ya hayan contratado los servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de hogares para conocer su nivel de satisfacción.
- Pedir a los clientes al menos tres referidos con nombres y números de contacto de personas que podrían estar interesados en los servicios de la empresa.
- Agendar citas para asesorías con los profesionales: Arquitecto y Diseñador.

Cabe indicar que los cargos de Gerente General y Arquitecto, lo desempeñará la misma persona, también el Diseñador deberá contar con perfil comercial para desempeñar también el cargo de ejecutivo de ventas; se trabajará de esta manera hasta que la empresa tenga capacidad económica para contratar más personal.

No se encuentran detalladas las funciones del maestro principal y los obreros, pues ellos serán contratados por el jefe de obra y sus labores dependerán del tipo de trabajo encomendado.

Capacidad instalada

La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura que permite brindar los servicios ofertados. El local estará ubicado en la calle Presidente Córdova y Coronel Talbot, contará con un parqueadero para dos vehículos, cuyo acceso será por la calle Presidente Córdova; el cliente deberá bajar las gradas que lo llevarán al

jardín y a una sala de espera exterior en donde podrá estar a gusto si tuviera que esperar su turno de atención; para la asesoría y revisión de los diseños deberá ingresar a la oficina ubicada justo debajo de la losa del parqueadero, tiene un área aproximada de 17m² en donde se encontrarán los profesionales con herramientas tecnológicas necesarias para transmitir el diseño al cliente. Se contará con herramientas básicas para realizar las visitas de obra, tales como: distanciómetro, calculadora, flexómetro y agenda. En la Figura 35 se puede apreciar el render de la vista en perspectiva del exterior de la oficina y en la Figura 36 se visualiza el render de la planta de la oficina.



Figura 35. Perspectiva oficina Arqanto.

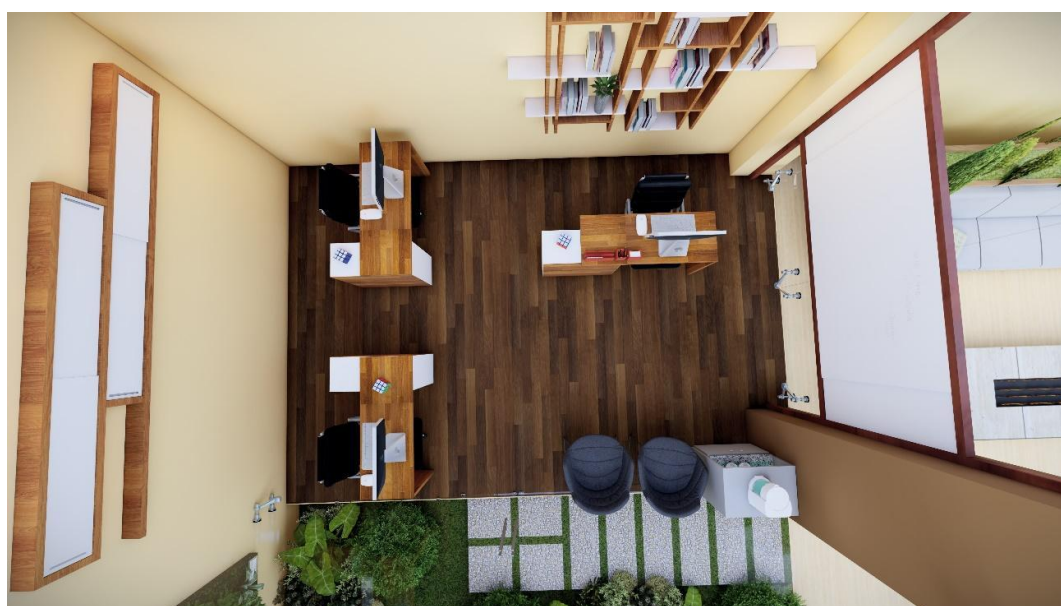


Figura 36. Vista en planta de oficina Arqanto.

La oficina atenderá de lunes a viernes de 8:00 a 13:00 y de 15:00 a 18:00 y los sábados de 9:00 a 13:00 para brindar servicio a las personas que no pudieran acudir entre semana. En la tabla 20, se detallan los elementos tangibles para la instalación de la oficina física:

Tabla 20
Infraestructura, mobiliario y herramientas

Descripción	Cantidad	Unidad
Escritorios	3	Unidad
Computador Pc para renders	1	Unidad
Portátil para diseño	1	Unidad
Portátil básica (contabilidad)	1	Unidad
Proyector Crenova 4300 lúmenes	1	Unidad
Impresora Multifuncional Epson L3310	1	Unidad
Sillas ejecutivas	3	Unidad
Sillas básicas (para los clientes)	2	Unidad
Pizarrón	1	Unidad
Implementos de oficina varios	1	Unidad
Estanterías y libreros	2	Unidad
Mesa café	1	Unidad
Cafetera Oster 12 tazas	1	Unidad
Vasos desechables térmicos	50	Unidad
Jarros para trabajadores internos	3	Unidad
Juego de muebles exterior	1	Unidad
Jardineras	6	m2
Muro vegetal	3	m2

Letrero 3D	2	Unidad
Iluminación interior	8	Unidad
Iluminación exterior	6	Unidad
Herramientas para visita en obra:		
Distanciómetro láser Bosch 50m	2	Unidad
Flexómetro 7.5 m	2	Unidad
Agenda	2	Unidad
Calculadora	2	Unidad

Estructura legal de la empresa

Se ha realizado consultas y asesorías a profesionales en temas de constitución de empresas, llegando a la conclusión de que la figura más adecuada es la Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), que es un tipo- de compañía constituida por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado sin costo, su finalidad es impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos para poder acceder a créditos.

Ventajas

a) La SAS se adaptan a cada emprendimiento según sus requerimientos de inversión, financiamiento, toma de decisiones, administración, beneficios y limitaciones para socios.

b) Se adapta a lo que exige el mercado, se indica las principales actividades a realizar, pero además se puede citar: “las actividades permitidas” y así adaptar a la empresa a cualquier circunstancia que se le presente.

c) Se protege el patrimonio de los socios, al tener personería jurídica cuentan con un respaldo, si la SAS quiebra, se disuelve y se liquida. Los socios son responsables sólo del monto de los aportes realizados y su patrimonio personal no se compromete.

d) Este tipo de compañía no requiere tener mínimo dos socios, se permite la constitución de compañías Unipersonales, con su RUC, patrimonio y cuentas individuales.

e) La SAS únicamente se registra en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, ya no requiere inscripción en el Registro Mercantil y tampoco el trámite de escritura pública, lo que implica menores costos de constitución.

Desventajas

a) Las SAS no pueden participar en el Mercado de Valores ecuatoriano para hacer una oferta pública o emitir obligaciones; si la empresa lo desea, deberá transformarse en una Sociedad Anónima.

b) El proceso de liquidación de la SAS no es tan engorroso como el de una Sociedad Anónima o una Compañía Limitada, sin embargo, se realizará ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

c) En la SAS, el impuesto a la renta será siempre del 25%. Como persona natural se paga 0% de Impuesto a la Renta si la utilidad anual no supera los \$11.000 y a partir de este monto de utilidades se puede pagar entre el 5 y 35% de impuesto (Muñoz, 2020).

Requisitos para constituir una S.A.S.

1. Certificado electrónico del accionista.
2. Reserva de la denominación.
3. Contrato privado o escritura.
4. Nombramiento(s).
5. Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es:

- a. Tipo de solicitante

- b. Nombre completo
- c. Número de identificación
- d. Correo electrónico
- e. Teléfono convencional y/o teléfono celular
- f. Provincia
- g. Ciudad
- h. Dirección

6. Copia(s) de cédula o pasaporte. (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2020, p. 1).

Segmentación

El presente proyecto está dirigido a personas que habitan en viviendas unifamiliares de la ciudad de Cuenca, con rango de edades desde los 20 hasta 84 años, de clase socioeconómica media, media alta y alta, que necesiten un servicio integral para remodelar, ampliar o dar mantenimiento a algún ambiente de su casa, de manera rápida y eficaz, con el mínimo de molestias y a un precio justo. Como clientes internos se tendrían a los albañiles e instaladores que trabajarían junto a Arqanto; además, de las empresas proveedoras de materiales de construcción, terminados y decoración. En la tabla 21 se detallan los datos más relevantes según el estudio de mercado.

Tabla 21
Resumen del estudio de mercado.

Parámetro	Número de habitantes	Porcentaje
Población ciudad de Cuenca.	505585,00	100%
Rango de edad de 20-84 años.	302339,83	59,80%
Estrato socio económico de interés.	108540,00	35,90%
Personas que sí quieren remodelar, ampliar o dar mantenimiento.	77389,02	71,30%
Personas que sí quieren mejorar su casa este año.	24532,32	31,70%

Personas que sí quieren remodelación, ampliación o mantenimiento de su casa en este año y requieren una empresa que preste los servicios.	18350,18	74,80%
Personas que sí quieren remodelación, ampliación o mantenimiento de su vivienda, contratarían una empresa que preste los servicios y están dispuestos a pagar.	14588,39	79,50%

Posicionamiento publicitario

Existen dos elementos importantes para el posicionamiento publicitario de la empresa: logo y slogan:

Logo: El logo está formado por el nombre de la empresa con tipografía de palo seco que transmite elegancia y simplicidad, en el extremo derecho se encuentra una hoja de acanto de color verde que le aporta frescura. Se pretende impactar con el concepto de empresa amigable con el medio ambiente, en donde la vegetación y espacio verde es trascendental para lograr armonía en los espacios (figura 37).



Figura 37. Logotipo empresa Arqanto.

Slogan: El slogan pretende transmitir al cliente la tranquilidad que implica contratar a profesionales que brinden un servicio integral, lo único que debe hacer el usuario es imaginar el ambiente de sus sueños para que la empresa y sus profesionales lo hagan realidad.

Tú lo imaginas, ¡nosotros lo hacemos por ti!

Análisis FODA

En la tabla 22 se muestra el análisis FODA, herramienta que permite identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, internas y externas en el servicio que se ofrecerá en Arqanto.

Tabla 22
Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ● Profesionales calificados y con experiencia. ● Filosofía de facilitar la vida al cliente adaptándose a sus necesidades. ● Precios justos, de acuerdo al presupuesto del cliente. ● Servicio de calidad y garantizado. ● Optimización de recursos y ahorro para el cliente. ● Asesoría personalizada. ● Uso de herramientas adecuadas y materiales de vanguardia. ● Presentación de propuesta en 3D. ● Promoción por diferentes canales: radio, redes sociales y publicidad patrocinada para estar cerca del cliente en todo momento. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Las personas valoran más que antes el confort que deben tener dentro de su hogar. ● Difícil acceso a adquirir una vivienda nueva. ● El deterioro de los inmuebles es inevitable, siempre se necesitará dar mantenimiento. ● Necesidad creciente de las personas de remodelar, ampliar o dar mantenimiento a los espacios de su vivienda. ● El mayor acceso a medios digitales permite a los usuarios estar informados de las tendencias actuales en diseño y aspirar a espacios más estilizados. ● Publicidad a través de medios digitales a bajos costos. ● Publicidad gratuita por parte de los clientes satisfechos mediante recomendaciones.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Empresa nueva sin cartera de clientes. ● Personal limitado que debe realizar varias funciones. ● Presupuesto reducido para campañas publicitarias. ● No existe un portafolio definido de productos. ● El presupuesto para ejecución de obras es limitado, no se puede dar financiamiento a los clientes. ● La mano de obra calificada será contratada por obra, sin relación de dependencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Crisis económica por reducción de ingresos. ● Inestabilidad política y ambiente de incertidumbre. ● Incremento de precios de materiales de construcción. ● Apertura de empresas que presten servicios similares. ● Locales de venta de acabados de construcción otorgan el servicio de diseño de forma gratuita a sus clientes. ● Existe la creencia de que contratar una empresa especializada resulta muy costoso.

Marketing Mix de Servicios: 7p's

Philip Kotler definía el marketing mix como el conjunto de instrumentos tácticos que la empresa dispone para obtener la respuesta esperada frente a un mercado objetivo, es decir, todo lo que la empresa realiza para influir positivamente en el consumidor respecto a la demanda de su producto. En cuanto al marketing de servicios se ha logrado formar una combinación final de siete elementos: producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y evidencias físicas (Sotelo, 2018).

Producto

El producto ofrecido es la prestación de un servicio de calidad para remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales, realizado por profesionales de la construcción con garantía y precio justo. Se estableció un listado de servicios a ofrecer a los clientes, tomando en cuenta los resultados del estudio de mercado:

- a. Remodelación de cocina.
- b. Remodelación de baño.
- c. Remodelación de dormitorio.
- d. Remodelación de patio y jardines.
- e. Ampliación en general.
- f. Mantenimiento de pintura interior y exterior.
- g. Mantenimiento de cubiertas.
- h. Mantenimiento de patio y jardines.

Precio

En base al análisis de precios unitarios se establecieron las tarifas para los diferentes servicios, los precios del tarifario corresponden a la gama media de terminados de construcción. Cabe indicar que los precios son referenciales y varían en

función del presupuesto y gustos del cliente, pues existen materiales de diferentes calidades y precios, por ejemplo, hay recubrimientos desde \$8 hasta \$120 el m².

A continuación, se presenta el tarifario por cada servicio, el mismo que fue calculado por metro cuadrado de obra. Es el resultado del costo del servicio obtenido mediante análisis de precios unitarios más el 20% (Ver Apéndice D).

Tabla 23
Tarifario de servicios

Servicio	Unidad	Precio unitario
Remodelación de cocina	m ²	\$480
Remodelación de baño	m ²	\$480
Remodelación de dormitorio	m ²	\$360
Remodelación de patio y jardines	m ²	\$360
Ampliación en general	m ²	\$774
Mantenimiento de pintura interior y exterior	m ²	\$24.60
Mantenimiento de cubiertas	m ²	\$42
Mantenimiento de patio y jardines	m ²	\$120

Plaza

Arqanto estará ubicada en Ecuador, provincia del Azuay, ciudad de Cuenca. La oficina operativa para la empresa se situará en la calle Presidente Córdova y Coronel Talbot, en el Centro Histórico de la ciudad, zona en donde existe gran afluencia vehicular, tal como se muestra en las Figuras 38 y 39; Arqanto también estará presente en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, las mismas que servirán para llevar clientes a la página web donde existirá mayor información sobre los servicios que ofrecerá la empresa para así conseguir clientes potenciales, las estrategias que se usarán se detallan en el siguiente punto que es la promoción.

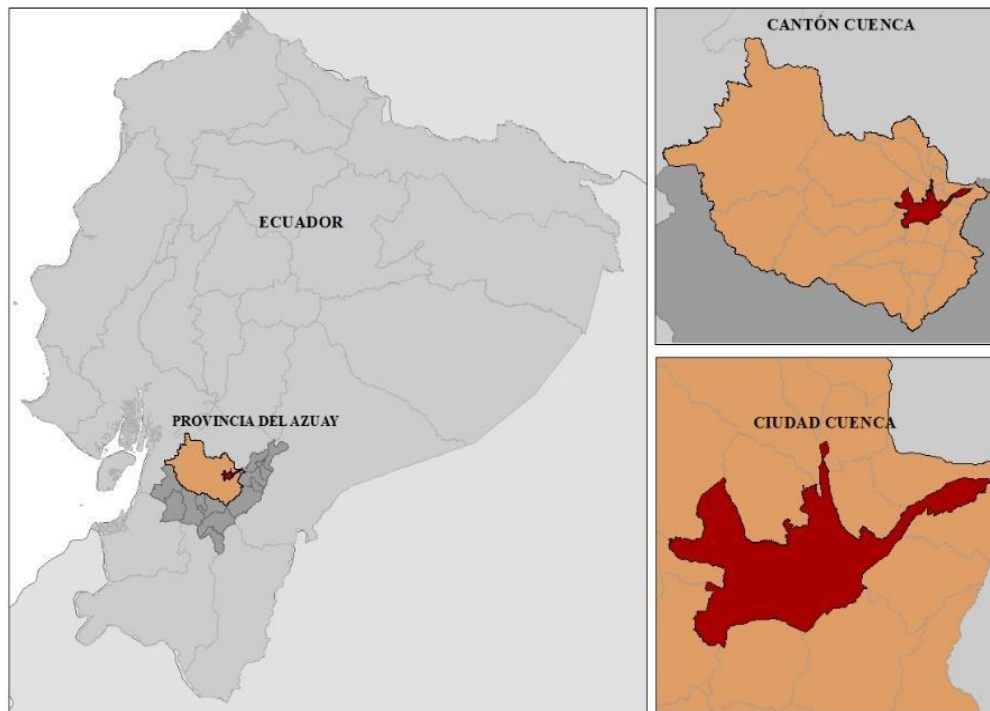


Figura 38. Ubicación de la oficina. Tomado de: Programa ArcGIS (2021)

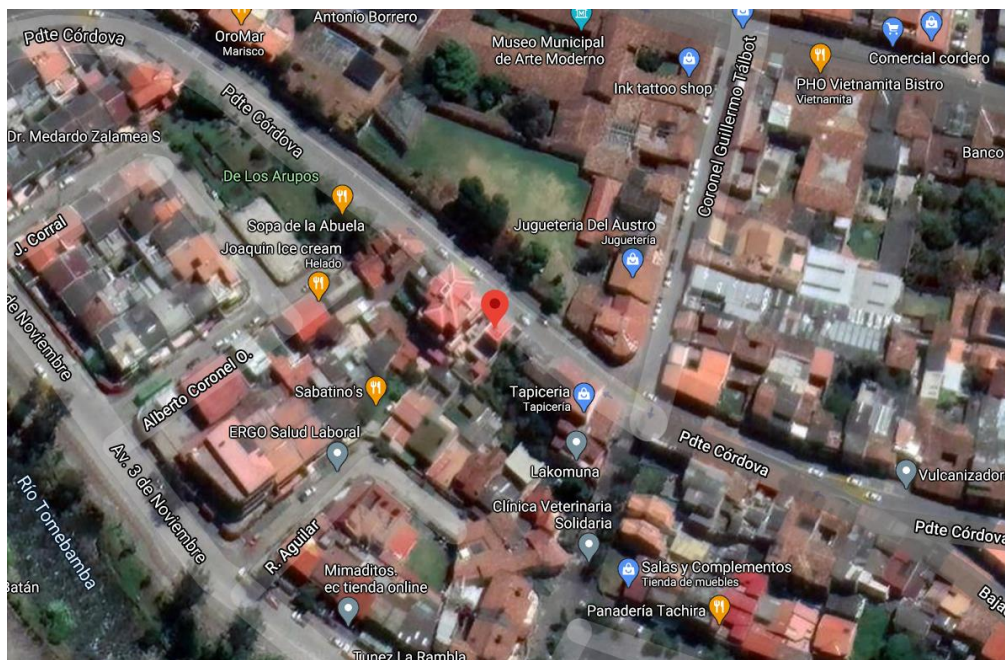


Figura 39. Ubicación satelital. Tomado de: Google Maps (2021)

Promoción

La promoción de la empresa se hará mediante dos canales: canal tradicional y canal digital.

Canal tradicional.

- Se promocionará la empresa en una radio de la ciudad de Cuenca, en la que se pasará cuñas publicitarias de 10 segundos, dos veces al día en los programas más escuchados, por tres días a la semana. La radio seleccionada fue FM 88, por ser la preferida de los cuencanos; se consigue un precio bastante bajo debido a que se propondrá un convenio de readecuación de la cabina de la radio y se ofrecerá diagnóstico gratis a los radioescuchas.
- Como estrategia adicional futura, se pedirán al menos tres referidos a los clientes, a quienes se les contactará vía telefónica para informarles del servicio que ofrece la empresa y concretar una visita de asesoría.

Canal digital.

- Se implementará estrategias Search Engine Optimization (SEO) y Search Engine Marketing (SEM) trabajadas de manera conjunta.
- Implementación y gestión de página web, que permitirá consultar datos de la empresa, los servicios que ofrece, proyectos realizados, información de contacto y cotizar servicios. Además, la página admitirá publicidades de anunciantes que deseen promocionar en la página web de Arqanto.
- Se promocionará la empresa mediante estrategias de marketing digital en redes sociales, tales como: Instagram, Twitter y Facebook.

Estrategia SEO. Se centra en mejorar la visibilidad a nivel orgánico o de forma natural en los resultados de búsqueda, por tal motivo los resultados son a mediano y largo plazo. Primero se debe hacer una correcta gestión de palabras clave y términos de búsqueda, para después crear una buena campaña de SEM. Además, se creará blogs y reportajes con contenido actual sobre tendencias y tips de diseño y decoración que

direccionen a la página web y la ubiquen en los primeros lugares del buscador, de manera que no sólo proporcionen clics, sino que consigan un porcentaje de rebote bajo, con la finalidad de que el cliente permanezca más tiempo dentro de la página web, aumentando así la tasa de conversión.

Estrategia SEM. Se refiere al conjunto de técnicas que mejoran el posicionamiento de la página web mediante anuncios pagados. Estos van a aparecer en los buscadores a través de palabras clave determinadas, la solución más popular es el uso de Google Ads, se realizará un monitoreo periódico de las keywords que pueden brindar el rendimiento esperado. Los resultados de esta estrategia son inmediatos a diferencia del SEO que lleva más tiempo. De forma progresiva el sitio web irá aumentando el tráfico y obtendrá mayor visibilidad, lo que llevará a que se efectúen actualizaciones constantes en su contenido, para que resulte más atractivo y sea visitado continuamente. Tanto el SEO como el SEM son consideradas estrategias virtuales para captar más clientes, la mejor opción para aprovechar las ventajas de cada una es trabajándolas de manera conjunta.

Página web. En la figura 40 se muestra el diseño de la página web, con las diferentes entradas para consultas sobre la empresa, los servicios ofrecidos, proyectos realizados e información de contacto; es posible también la opción de solicitar una cotización y en la sección inspiración visualizar imágenes de las nuevas tendencias en espacios residenciales. Se ha dejado abierta la posibilidad de poner anuncios de otras empresas en la parte derecha de pantalla de inicio.

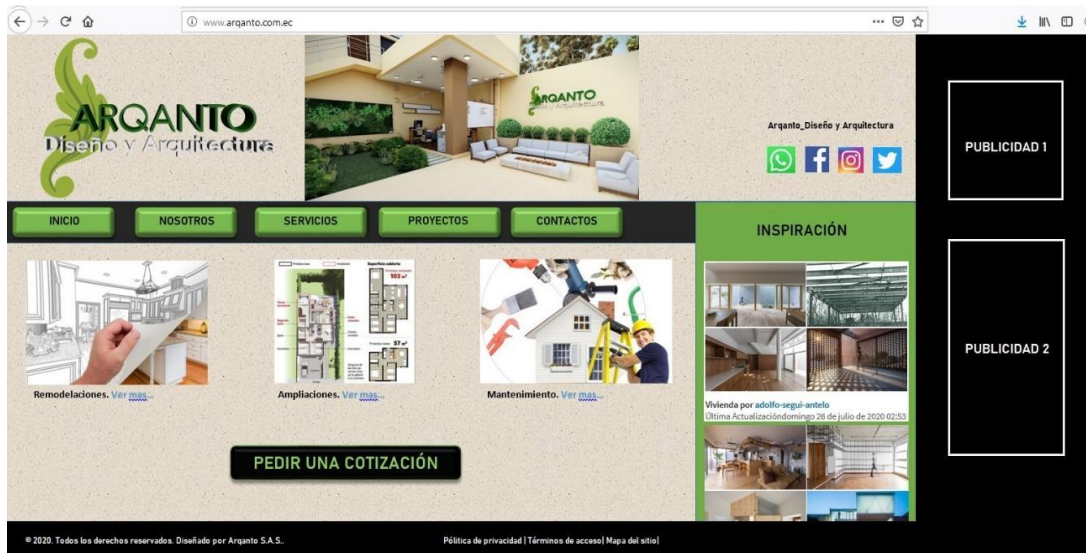


Figura 40. Home de página web.

El contenido de la página web será actualizado y revisado continuamente por el asistente de marketing para detectar y corregir errores, poseerá imágenes y enlaces externos de calidad, tendrá información útil, relevante y entretenida que atraerá al potencial cliente de forma más natural. En lo posterior, se llegará al público objetivo mediante la muestra de los trabajos realizados, pues en la página web se implementará una sección de proyectos junto con fotografías del antes y después del espacio intervenido, se lo hará con previo consentimiento del cliente y tendrá la opción de dejar una reseña de la experiencia que tuvo con el servicio dado por la empresa.

El principal objetivo es crear contenido de calidad que ofrezca a los visitantes novedades y soluciones para sus problemas e inquietudes, lo que permitirá que la página sea atractiva, tanto que permitirá estar en los principales lugares de búsqueda de manera orgánica. Al tener mayor visibilidad en la red, el tráfico aumentará, habrá más clientes y mayores probabilidades de conversión de venta de servicios.

Estrategia en redes sociales. Se utilizará promoción digital en redes sociales, tales como: Instagram, Twitter y Facebook, creando contenido de interés para que las

personas compartan las publicaciones y promociones enfocadas a atraer clientes, de esta manera también se genera más tráfico en la página web.

En la Figura 41 y 42 se muestra la página de inicio en Instagram y Twitter; en la Figura 43 se muestra el muro de Facebook de Arqanto.



Figura 41. Instagram.



Figura 42. Twitter.

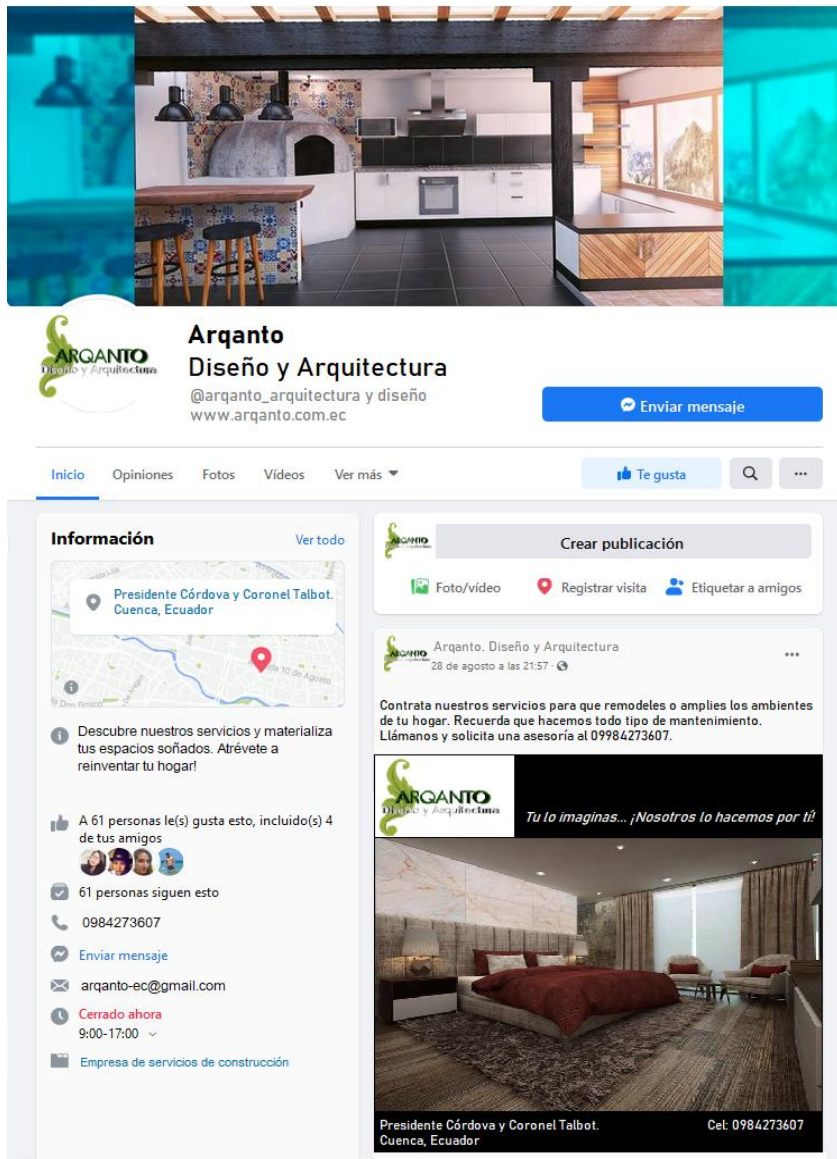


Figura 43. Página de Facebook.

Una vez llevadas a cabo todas las estrategias se utilizará la herramienta de análisis web, Google Analytics, la cual permitirá obtener información de todo lo que sucede en la página de Arqanto, datos relevantes como: visitantes, duración de las visitas, conversiones, usuarios únicos, procedencia, etc. Esta herramienta permite dar seguimiento del funcionamiento del sitio web, encontrar puntos débiles y analizar oportunidades de mejora.

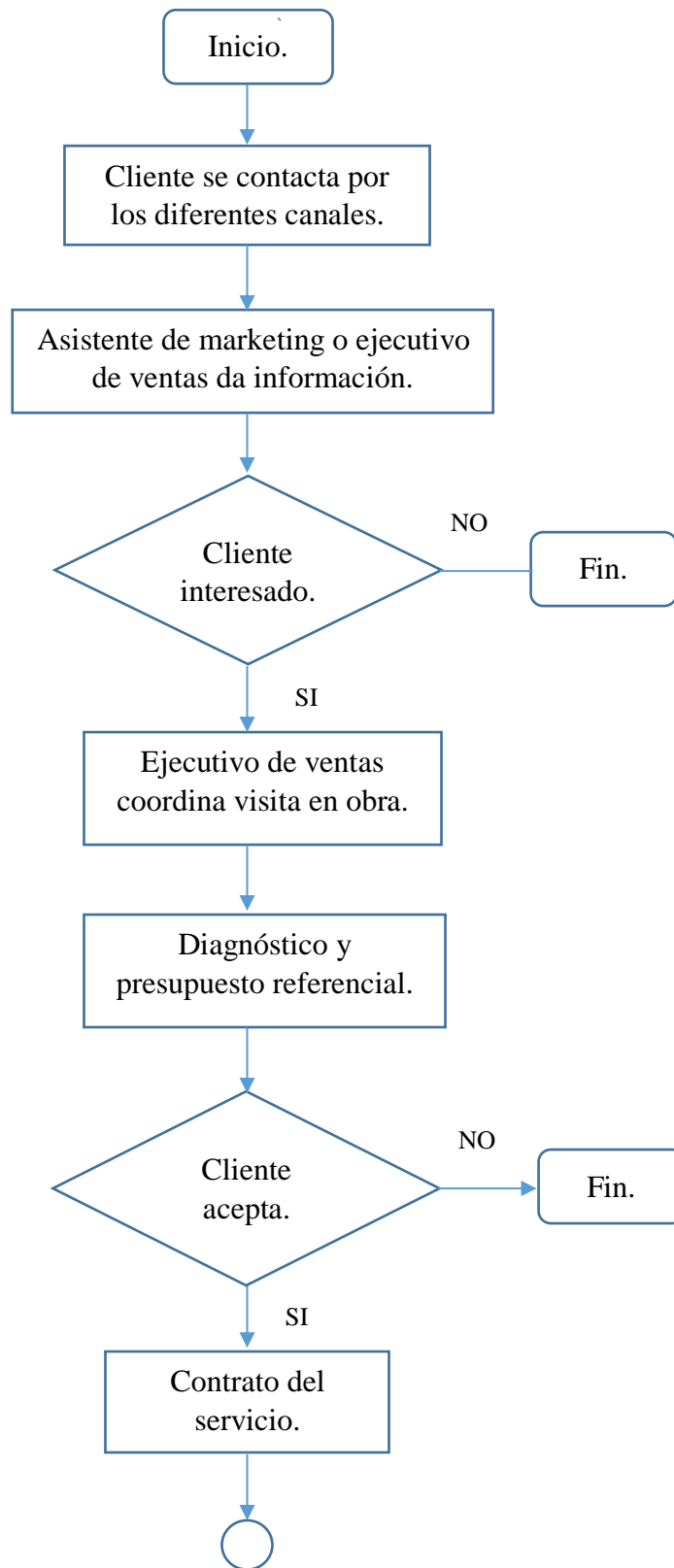
Personas

En una empresa de servicios como Arqanto el componente humano es muy importante, por lo que se manejarán las siguientes estrategias para mantener satisfechos a los colaboradores y no tener niveles altos de rotación de personal:

- Se buscará los perfiles adecuados para reclutar a los mejores colaboradores que se acoplen rápidamente a las funciones requeridas.
- Se realizarán capacitaciones periódicas al personal en cuanto a temas constructivos, atención al cliente y charlas motivacionales por parte de las jefaturas.
- Se mantendrá un excelente clima laboral para evitar que los colaboradores deseen abandonar la empresa.
- Se ofrecerá un sueldo competitivo y con oportunidad de ganar premios y bonos por sobrecumplimiento de metas alcanzadas.
- Se fomentará la comunicación efectiva entre las jefaturas de la empresa y los colaboradores para generar confianza, compromiso y un buen rendimiento.
- Se trabajará con flexibilidad laboral en cuanto a que los colaboradores puedan obtener permisos para realizar diligencias personales y trabajar de manera virtual cuando sea posible, siempre y cuando se demuestre responsabilidad y cumplimiento de las metas.

Procesos

En la Figura 44 se detalla el flujo de proceso de atención al cliente:



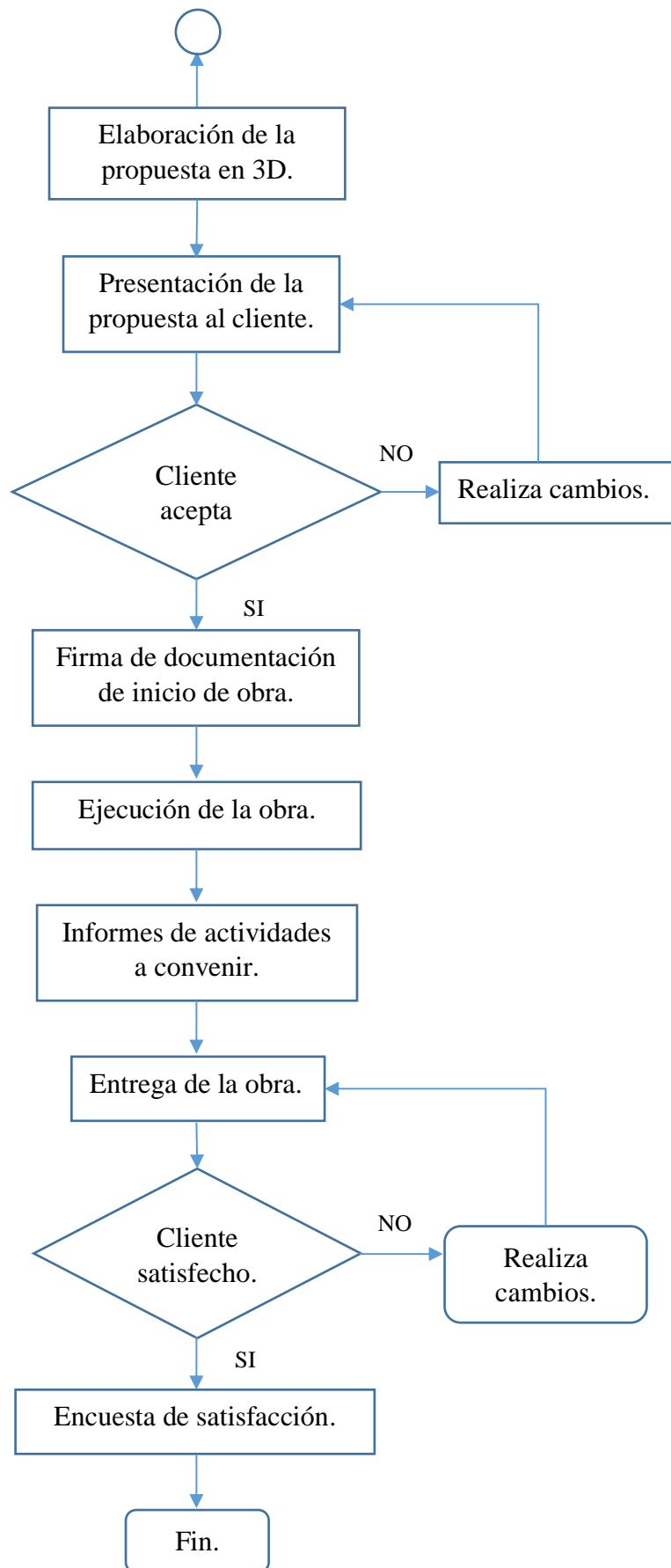


Figura 44. Flujograma de atención al cliente.

Evidencias físicas

Se refiere a la oficina donde se brindará la asesoría al cliente y al potencial cliente. Los espacios que la conformarán son: el jardín, la sala de espera y la oficina, cuya planta se detalla en la figura 45.

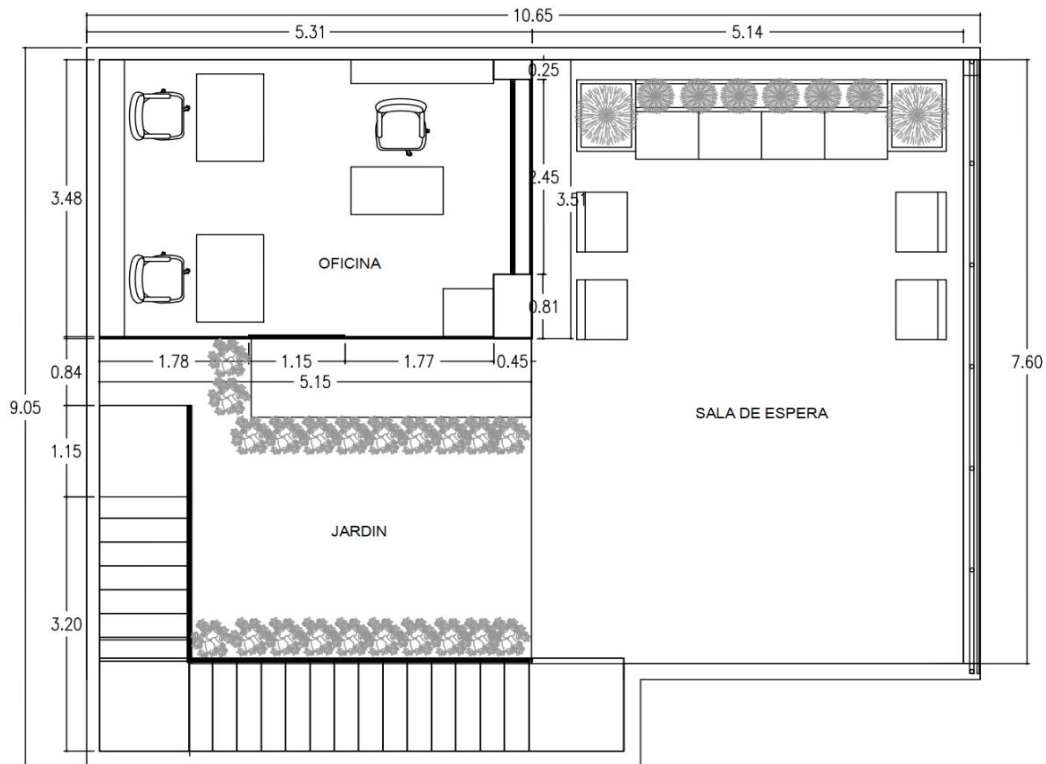


Figura 45. Planta Arquitectónica oficina Arqanto.

Diseño de la Oficina.

Contará con un parqueadero para dos vehículos que estará ubicado encima de la oficina y cuyo acceso será por la calle Presidente Córdova, el cliente deberá bajar las gradas que lo llevarán al jardín y a una sala de espera exterior, así podrá estar a gusto si tuviera que esperar su turno de atención.

Arqanto gozará de un diseño vanguardista y lineal, edificado con materiales y texturas que asemejan a la naturaleza, el interior se relaciona con el exterior mediante grandes vidrios translúcidos que dejan ver el espacio verde del exterior, se manejará además criterios de iluminación que realcen las texturas usadas y elementos decorativos, tanto en el interior como en el exterior. La oficina será una muestra física del trabajo

que realizan los profesionales, lo que brindará mayor seguridad y confianza al cliente, en las figuras 46 y 47 se observan los renders del exterior de la oficina.



Figura 46. Render sala de espera exterior.



Figura 47. Render jardín exterior.

En el interior se encontrarán tres escritorios, en uno de ellos trabajará el asistente de marketing; en los otros dos escritorios estará el Arquitecto y el Diseñador. En uno de sus amplios vidrios se colocará un pizarrón blanco que servirá para describir detalles y proyectar la maqueta virtual al cliente, quien podrá servirse un café en la mesa que se

encuentra cerca del pizarrón; el diseño fue concebido respetando el distanciamiento social, muy necesario en este tiempo de emergencia sanitaria (Ver figuras 48, 49 y 50).



Figura 48. Render Interior de la oficina. Vista en planta.



Figura 49. Render interior oficina.



Figura 50. Render interior oficina.

En la tabla 24 se detallan los elementos de cada una de las áreas y las herramientas básicas utilizadas para las visitas en obra.

Tabla 24
Evidencias Físicas

Sala de espera	Oficina
<ul style="list-style-type: none"> ● Juego de muebles exteriores. ● Letreros 3D. ● Apliques de pared para iluminación exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Escritorios. ● Computador Pc para renders. ● Portátil para diseño. ● Portátil básico (contabilidad). ● Proyector Crenova 4300 lúmenes. ● Impresora Multifuncional Epson L3310. ● Sillas ejecutivas. ● Sillas básicas (para los clientes). ● Pizarrón. ● Implementos de oficina varios. ● Estanterías y libreros. ● Mesa café. ● Cafetera Oster 12 tazas. ● Vasos desechables térmicos. ● Jarros para trabajadores internos. ● Paneles led para iluminación interior.
Jardín	
<ul style="list-style-type: none"> ● Jardineras. ● Muro vegetal. ● Apliques de pared para iluminación exterior. 	
Herramientas básicas	
<ul style="list-style-type: none"> ● Distanciómetro láser Bosch 50m. ● Flexómetro 7.5 m. ● Agenda. ● Calculadora. 	

CAPÍTULO V

Evaluación del proyecto

El presente capítulo corresponde al *estudio financiero* de la empresa Arqanto, que brindará servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca. Se calculó la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha del proyecto y se establecieron las fuentes de financiamiento. Además, se dio a conocer cuáles son los gastos proyectados, flujo de efectivo y estado de resultados, los mismos que ayudarán a calcular el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Punto de equilibrio y el Payback o Período de Recuperación de la Inversión (PRI); indicadores trascendentales en la determinación de la factibilidad del proyecto.

Inversión inicial

La inversión inicial está compuesta por inversión tangible e intangible, el valor resultante de la suma de ambas corresponde a \$ 39.995,00.

Inversión tangible del proyecto

La inversión inicial tangible requerida para la implementación de la empresa se divide en: infraestructura y mobiliario (tabla 25), equipos de oficina y computación (tabla 26), herramientas para visitas en obra (tabla 27); además, se contempla la adquisición de un vehículo (tabla 28). El valor resultante a la inversión tangible corresponde a \$ 37.145,00.

Tabla 25
Infraestructura y mobiliario

Descripción	Cantidad	Unidad	P. Unitario	P. Total
Escritorios	3	unidad	\$80,00	\$240,00
Sillas ejecutivas	3	unidad	\$90,00	\$270,00
Sillas básicas (para los clientes)	2	unidad	\$45,00	\$90,00
Pizarrón	1	unidad	\$30,00	\$30,00

Implementos de oficina varios	1	unidad	\$30,00	\$30,00
Estanterías y libreros	2	unidad	\$140,00	\$280,00
Mesa café	1	unidad	\$80,00	\$80,00
Cafetera Oster 12 tazas	1	unidad	\$35,00	\$35,00
Vasos de desechables térmicos	50	unidad	\$0,12	\$6,00
Jarros para trabajadores internos	3	unidad	\$2,00	\$6,00
Juego muebles exterior	1	unidad	\$1.750,00	\$1.750,00
Jardineras	6	m2	\$50,00	\$300,00
Muro vegetal	3	m2	\$300,00	\$900,00
Letrero 3D	2	unidad	\$300,00	\$600,00
Iluminación interior	8	unidad	\$15,00	\$120,00
Iluminación exterior	6	unidad	\$28,00	\$168,00
				\$4.905,00

Tabla 26
Equipos de oficina y computación

Descripción	Cantidad	Unidad	P. Unitario	P. Total
Computador Pc para renders	1	unidad	\$1.200,00	\$1.200,00
Portátil para diseño	1	unidad	\$1.550,00	\$1.550,00
Portátil básica (contabilidad)	1	unidad	\$500,00	\$500,00
Proyector Crenova 4300 lúmenes	1	unidad	\$240,00	\$240,00
Impresora Multifuncional Epson L3310	1	unidad	\$230,00	\$230,00
				\$3.720,00

Tabla 27
Herramientas para visitas en obra

Descripción	Cant.	Unidad	P. Unitario	P. Total
Distanciómetro láser Bosch 50m	2	unidad	\$240,00	\$480,00
Flexómetro 7.5 m	2	unidad	\$7,00	\$14,00
Agenda	2	unidad	\$5,00	\$10,00
Calculadora	2	unidad	\$8,00	\$16,00
				\$520,00

Tabla 28

Vehículo

Vehículo	\$28.000,00
-----------------	--------------------

Se comprará un vehículo usado, el mismo que fue cotizado mediante la página patiotuerca.com y corresponde al siguiente modelo: Camioneta doble cabina Chevrolet D-MAX CRDI FULL AC 3.0 CD 4X4 TM DIESEL. Año 2018.



Figura 51. Camioneta Chevrolet D-MAX.

Tomado de: ecuador.patiotuerca.com (2021).

Inversión intangible del proyecto

Para calcular la inversión intangible del proyecto se toma en cuenta: los intangibles tecnológicos (tabla 29), los gastos de publicidad por apertura de la empresa (tabla 30) y los gastos para la constitución de la empresa (tabla 31), que suman \$2,850.

Tabla 29

Intangibles tecnológicos

Descripción	Cant.	Unidad	P. Unitario	P. Total
Diseño de imagen corporativa	1	unidad	\$600,00	\$600,00
Diseño de página web (dominio, hosting)	1	unidad	\$1.200,00	\$1.200,00
				\$1.800,00

Tabla 30

Publicidad por apertura

Descripción	Cant.	Unidad	P. Unitario	P. Total
Publicidad Facebook	3	meses	\$100,00	\$300,00
Publicidad Patrocinada Google	3	meses	\$50,00	\$150,00
				\$450,00

Tabla 31

Gastos administrativos

Gastos administrativos para la constitución de la empresa	\$600,00
---	-----------------

El precio para la constitución de la empresa fue cotizado en la página Ulpik.com: empresa que presta servicios legales online para emprendedores ecuatorianos.

Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento se refieren a la manera que recurre la empresa para inyectar dinero, iniciar un negocio e invertir en él. El presente proyecto requerirá de una inversión inicial de \$39.995,00, de los cuales \$ 11.995,00 será con recursos propios y \$28.000,00 mediante préstamo en una entidad financiera.

Datos del préstamo

Monto= \$ 28.000,00

Plazo = 5 años

Cuotas = 60

Tasa de interés = 17,11%

Cuota mensual a pagar: \$ 697,53

En la tabla 32 se muestra el resumen de la tabla de amortización de pago de intereses y capital de cada uno de los años basado en el sistema francés, valores que serán usados en el estado de resultados (tabla 52) y el flujo neto de efectivo (tabla 46).

Tabla 32

Resumen tabla de amortización

Tabla resumen					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pago de intereses	\$ 4.496,31	\$ 3.778,93	\$ 2.928,70	\$ 1.921,04	\$ 726,78
Pago de capital	\$ 3.874,04	\$ 4.591,42	\$ 5.441,65	\$ 6.449,31	\$ 7.643,57
Total	\$ 8.370,35	\$ 8.370,35	\$ 8.370,35	\$ 8.370,35	\$ 8.370,35

En el apéndice C se detalla la correspondiente tabla de amortización, en donde se evidencia que la cuota anual a pagar es \$8.370,35 (suma de pago de intereses más pago de capital).

Ingresos por venta de servicios

Los ingresos proyectados por ventas de los servicios serán de acuerdo a la demanda estimada de cada año, para facilitar el cálculo se estableció la demanda proyectada mensual en base al estudio de mercado realizado, el mismo que arrojó los datos descritos en la tabla 33. Según la entrevista 3, el contratista Diego Viñanzaca afirma que realiza aproximadamente 100 trabajos de readecuación de viviendas al año, lo que corresponde al 0,68% del segmento de mercado que se pretende llegar. Arqanto pretende alcanzar al menos el 1% de ese segmento que corresponde a 14.588,39, dando como resultado 145,88 servicios al año y 12,16 servicios al mes, distribuidos en los diferentes servicios ofrecidos por la empresa.

Tabla 33

Demanda proyectada mensual

Población ciudad de Cuenca.	505.585,00	
Rango de edad de 20-84 años.	302.339,83	59,80%
Estrato socio económico de interés.	108.540,00	35,90%
Personas que sí quieren remodelar, ampliar o dar mantenimiento.	77.389,02	71,30%
Personas que sí quieren mejorar su casa este año.	24.532,32	31,70%
Personas que sí quieren remodelación, ampliación o mantenimiento de su casa en este año y requieren una empresa que preste los servicios.	18.350,18	74,80%
Personas que sí quieren remodelación, ampliación o mantenimiento de su vivienda, contratarían una empresa que preste los servicios y están dispuestos a pagar.	14.588,39	79,50%
Captación de mercado	145,88	1,00%
Servicios por mes	12,16	
Remodelación en general (pregunta 2)	5,99	49,30%
Remodelación cocina (pregunta 6)	2,32	38,70%
Remodelación baño (pregunta 6)	1,68	28,10%
Remodelación dormitorio (pregunta 6)	1,86	31,00%

Remodelación de patio y jardines (pregunta 6)	3,00	50,00%
Mantenimiento en general (pregunta 2)	6,54	53,80%
Mantenimiento de pintura interior y exterior (pregunta 6)	2,18	33,33%
Mantenimiento de cubiertas (pregunta 6)	2,18	33,33%
Mantenimiento de patio y jardines (pregunta 6)	2,18	33,33%
Ampliación en general (pregunta 2)	2,93	24,10%

Cabe indicar que los porcentajes que corresponden a los servicios en general y se encuentran sombreados se obtuvieron en base a la pregunta 2 del estudio de mercado, dónde se pregunta qué servicio ha necesitado y cuyos valores fueron los siguientes:

Remodelación	45,5%
Mantenimiento	50,00%
Ampliación	20,30%
Todos	11,40%

El valor de 11,40% que corresponde a *todos*, fue dividido para tres y este valor se sumó a cada uno de los porcentajes de las opciones anteriores, quedando así:

$11,40 / 3 = 3,80$	
Remodelación	$45,50\% + 3,80\% = 49,30\%$
Mantenimiento	$50,00\% + 3,80\% = 53,80\%$
Ampliación	$20,30\% + 3,80\% = 24,10\%$

Los valores intermedios que corresponden a los servicios específicos fueron obtenidos de la pregunta 6 del estudio de mercado, que busca saber cuál ambiente de su casa le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento. En cuanto al servicio de remodelación se colocaron los porcentajes tal cual se obtuvieron del estudio, pero con lo referente a mantenimiento se dividió el 100% entre los tres tipos de mantenimiento que ofrece Arqanto.

En la tabla 34 se describe el valor por metro cuadrado de cada servicio que oferta la empresa, los precios utilizados corresponden a los detallados en la página Insucons.com/ec, que proporciona costos actualizados de materiales, mano de obra y

maquinaria. El precio total del servicio se da como resultado de la suma del costo del metro cuadrado y el 20% adicional por concepto de servicio. El cálculo de cada servicio con sus respectivos rubros se encuentra detallado en el Apéndice C.

Tabla 34
Costo unitario por metro cuadrado

Servicio	Costo m2	Servicio	P. Total
Remodelación de cocina	\$400,00	\$80,00	\$480,00
Remodelación de baño	\$400,00	\$80,00	\$480,00
Remodelación de dormitorio	\$300,00	\$60,00	\$360,00
Remodelación de patio y jardines	\$300,00	\$60,00	\$360,00
Ampliación en general	\$645,00	\$129,00	\$774,00
Mantenimiento de pintura interior y exterior	\$20,50	\$4,10	\$24,60
Mantenimiento de cubiertas	\$35,00	\$7,00	\$42,00
Mantenimiento de patio y jardines	\$100,00	\$20,00	\$120,00

Una vez establecida la demanda mensual y precio unitario por metro cuadrado se multiplicó la cantidad de servicios a realizar por mes por el número de metros cuadrados de cada espacio, tomando en cuenta las medidas estándar de los espacios residenciales detalladas en el libro “Arte de proyectar en Arquitectura” (Neufert, 2009). Luego se multiplicó el número de metros cuadrados por el precio total de cada metro cuadrado de servicio, obteniendo de esta manera en la tabla 35 el ingreso de ventas mensual proyectado que corresponde a \$71.362,32 y de \$856.347,84 por año.

Tabla 35
Ingresos de ventas proyectados

Servicio	Cantidad servicios	m2 x servicio	Total m2	Ventas x mes
Remodelación de cocina	2,32	9	20,88	\$10.022,40
Remodelación de baño	1,68	4	6,72	\$3.225,60
Remodelación de dormitorio	1,86	9	16,74	\$6.026,40
Remodelación de patio y jardines	3	10	30,00	\$10.800,00
Ampliación en general	2,93	12	35,16	\$27.213,84

Mantenimiento pintura interior y exterior	2,18	60	130,80	\$3.217,68
Mantenimiento de cubiertas	2,18	90	196,20	\$8.240,40
Mantenimiento de patio y jardines	2,18	10	21,80	\$2.616,00
Total mensual				\$71.362,32
Total anual				\$856.347,84

Costos fijos

Los costos fijos son aquellos que no son susceptibles a cambios, pues no se puede prescindir de ellos mientras funcione la empresa; en este caso, los costos fijos mensuales de Arqanto serán de \$87,415.98. Corresponden a gastos tecnológicos (tabla 36), publicidad digital (tabla 37), publicidad tradicional (tabla 38), servicios básicos (tabla 39), arriendo (tabla 40), movilización (tabla 41), depreciación anual (tabla 42) y personal contratado bajo relación de dependencia (tabla 43).

Tabla 36

Gastos tecnológicos

Descripción	Anual
Software (licencia programas)	\$1.700,00
Antivirus	\$35,00
	\$1.735,00

Tabla 37

Publicidad digital

Descripción	Costo por mes	Costo por año
Publicidad Facebook	\$40,00	\$480,00
Publicidad Instagram	\$40,00	\$480,00
Publicidad Twitter	\$40,00	\$480,00
Publicidad Patrocinada Google	\$30,00	\$360,00
	\$150,00	\$1.800,00

Tabla 38
Publicidad tradicional

Radio	Menciones x día	Precio x mención	Días de publicidad x mes	Costo x mes	Costo x año
Radio FM 88	2	\$1,50	24	\$72,00	\$864,00
				\$72,00	\$864,00

Tabla 39
Servicios básicos

Descripción	Mensual	Anual
Luz	\$40,00	\$480,00
Agua	\$15,00	\$180,00
Plan teléfono celular	\$50,00	\$600,00
Internet	\$45,00	\$540,00
		\$1.800,00

Tabla 40
Arriendo

Descripción	Mensual	Anual
Arriendo	\$1.200,00	\$14.400,00

Tabla 41
Movilización

Descripción	Mensual	Anual
Movilización	\$150,00	\$1.800,00

Depreciación anual

Se considera que por la depreciación de activos fijos, tales como: infraestructura y mobiliario, equipos de oficina y computación y vehículo, el valor será de \$1.582,34, detallado en la tabla 42.

Tabla 42
Depreciación anual

Descripción	Inversión inicial	Vida útil en años	Tasa anual	Total
Infraestructura y mobiliario	\$4.905,00	10	10,00%	\$49,05
Equipos de oficina y computación	\$3.720	3	33,33%	\$413,29
Vehículo	\$28.000	5	20,00%	\$1.120,00
Total Depreciación				\$1.582,34

Costos variables

Son aquellos costos que varían de acuerdo a la demanda del bien o servicio que comercializa la empresa, es decir, a más demanda mayores costos variables. Los costos variables en Arqanto se componen del personal que será contratado por prestación de servicios: el Jefe de Obra y el Contador (tabla 44) y del costo de ventas (tabla 45).

Es oportuno aclarar que el valor por contratación de obreros ya está incluido en el análisis de precios unitarios y por esta razón no fue colocado en los gastos administrativos.

En la tabla 45 se presenta el estado de resultados proyectado a cinco años y en la tabla 46 se muestra el cálculo del flujo neto de efectivo, que posteriormente servirá para calcular la factibilidad mediante los indicadores financieros. Cada año se calcula con un incremento del 3%, porcentaje de crecimiento económico previsto, según el boletín de prensa emitido por el BCE (2020).

Tabla 45

Estado de resultados proyectado a cinco años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$856.347,84	\$882.038,26	\$908.499,41	\$935.754,40	\$963.827,04
Costo de venta	\$713.623,20	\$735.031,89	\$757.082,84	\$779.795,32	\$803.189,17
Utilidad bruta	\$142.724,64	\$147.006,37	\$151.416,57	\$155.959,08	\$160.637,87
Gasto venta					
Gasto tecnológico	\$1.735,00	\$1.787,05	\$1.840,66	\$1.895,88	\$1.952,76
Gasto publicidad	\$2.664,00	\$2.743,92	\$2.826,24	\$2.911,03	\$2.998,36
Gasto movilización	\$1.800,00	\$1.854,00	\$1.909,62	\$1.966,91	\$2.025,92
Gasto administrativo					
Gasto personal bajo dependencia	\$63.434,64	\$65.337,68	\$67.297,81	\$69.316,74	\$71.396,24
Gasto personal prestación de servicio	\$16.800,00	\$17.304,00	\$17.823,12	\$18.357,81	\$18.908,54
Gasto servicios básicos	\$1.800,00	\$1.854,00	\$1.909,62	\$1.966,91	\$2.025,92
Gasto arriendo local	\$14.400,00	\$14.832,00	\$15.276,96	\$15.735,27	\$16.207,33
Depreciación	\$1.582,34	\$1.582,34	\$1.582,34	\$1.582,34	\$1.582,34
Gasto financiero					
Pago de interés	\$4.496,31	\$3.778,93	\$2.928,70	\$1.921,04	\$726,78
Utilidad operacional	\$34.012,35	\$35.932,45	\$38.021,50	\$40.305,15	\$42.813,68
Participación trabajadores	\$5.101,85	\$5.389,87	\$5.703,23	\$6.045,77	\$6.422,05
Utilidad después de participación	\$28.910,50	\$30.542,58	\$32.318,27	\$34.259,38	\$36.391,63
Impuesto a la renta SAS	\$7.227,63	\$7.635,65	\$8.079,57	\$8.564,85	\$9.097,91
UTILIDAD NETA:	\$21.682,87	\$22.906,93	\$24.238,70	\$25.694,53	\$27.293,72

Tabla 46
Flujo Neto de Efectivo proyectado a cinco años

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO OPERATIVO						
<i>Ingresos Operativos</i>						
Ingresos por Ventas		\$856.347,84	\$882.038,26	\$908.499,41	\$935.754,40	\$963.827,04
Total de Ingresos Operativos		\$856.347,84	\$882.038,26	\$908.499,41	\$935.754,40	\$963.827,04
<i>Egresos Operativos</i>						
Costo de venta		\$713.623,20	\$735.031,89	\$757.082,84	\$779.795,32	\$803.189,17
Gastos tecnológicos		\$1.735,00	\$1.787,05	\$1.840,66	\$1.895,88	\$1.952,76
Gasto publicidad		\$2.664,00	\$2.743,92	\$2.826,24	\$2.911,03	\$2.998,36
Gasto servicios básicos		\$1.800,00	\$1.854,00	\$1.909,62	\$1.966,91	\$2.025,92
Gasto arriendo local		\$14.400,00	\$14.832,00	\$15.276,96	\$15.735,27	\$16.207,33
Gasto movilización		\$1.800,00	\$1.854,00	\$1.909,62	\$1.966,91	\$2.025,92
Gasto personal bajo dependencia		\$63.434,64	\$65.337,68	\$67.297,81	\$69.316,74	\$71.396,24
Gasto personal prestación de servicio		\$16.800,00	\$17.304,00	\$17.823,12	\$18.357,81	\$18.908,54
Gasto por participación trabajadores		\$5.101,85	\$5.389,87	\$5.703,23	\$6.045,77	\$6.422,05
Gastos por impuestos		\$7.227,63	\$7.635,65	\$8.079,57	\$8.564,85	\$9.097,91
Total de Egresos Operativos		\$828.586,32	\$853.770,06	\$879.749,67	\$906.556,49	\$934.224,20
Total FLUJO OPERATIVO		\$27.761,52	\$28.268,20	\$28.749,74	\$29.197,91	\$29.602,84
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
<i>Ingresos por Financiamiento</i>						
Capital Propio	\$11,995.00					
Ingresos por préstamo banco	\$28,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Total de Ingresos por Inversión		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<i>Egresos por Financiamiento</i>		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Amortización de capital		\$3,874.04	\$4,591.42	\$5,441.65	\$6,449.31	\$7,643.57
Amortización de intereses		\$4,496.31	\$3,778.93	\$2,928.70	\$1,921.04	\$726.78
Total de Egresos por Financiamiento			\$8,370.35	\$8,370.35	\$8,370.35	\$8,370.35
Total FLUJO DE INVERSIÓN		-\$8,370.35	-\$8,370.35	-\$8,370.35	-\$8,370.35	-\$8,370.35
Inversión	-\$39,995.00					
FLUJO NETO	-\$39,995.00	\$19,391,17	\$19,897,85	\$20,379,39	\$20,827,56	\$21,232,49
FLUJO ACUMULADO		-\$22,122,95	-\$5,220,62	\$10,734,57	\$25,763,20	\$39,883,77

Evaluación financiera

Para conocer si el presente proyecto es viable se realizó el cálculo de indicadores financieros como el VAN, la TIR, el punto de equilibrio y el período de recuperación de la inversión (PRI). A continuación, se describen cada uno de ellos:

Valor Actual Neto (VAN)

Es un criterio de inversión que permite obtener el valor actual de todos los flujos de caja y según los resultados determinar la viabilidad del proyecto. El VAN sirve para generar criterios de decisión que serán los siguientes:

$VAN > 0$: El proyecto de inversión generará beneficios.

$VAN = 0$: El proyecto no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo indiferente la decisión que se tome.

$VAN < 0$: El proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que no deberá realizarse (Velayos, 2014).

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, se define como el valor de la tasa de descuento para una inversión que hace que el VAN sea igual a cero. Por tanto, es el porcentaje de pérdida o beneficio que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. La TIR es un método utilizado para la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el VAN y estará expresada en porcentaje (Sevilla, 2017).

Una vez realizado el cálculo del Flujo Neto de Efectivo se obtiene según la tabla 47, que el VAN es de \$ 39.883,77 siendo mayor a 0, con lo cual se acepta el proyecto como viable. La TIR calculada corresponde al 41%, lo que resulta positivo por ser mayor a la tasa de oportunidad de 8,5% que corresponde al interés que se recibiría por tener el dinero en plazo fijo por cinco años en una institución financiera.

Tabla 47
Indicadores VAN y TIR

INDICADORES	VALOR
VAN	\$ 39.883,77
TIR	41%

Análisis de sensibilidad

El objetivo principal de este análisis, es identificar si habiendo variantes en diversos factores la empresa seguirá siendo rentable de manera óptima. Corresponde a la simulación de dos escenarios: optimista y pesimista, basados en el aumento y disminución de la demanda en un 5%, tal como se visualiza en las tablas 48 y 49. Se puede observar que incluso en el escenario pesimista el proyecto es factible, pues tiene un VAN positivo y una TIR superior al costo de oportunidad establecido.

Escenario positivo (+5%)

Tabla 48
Indicadores VAN y TIR. Escenario optimista

INDICADORES	VALOR
VAN	\$59.034,33
TIR	55%

Escenario negativo (-5%)

Tabla 49
Indicadores VAN y TIR. Escenario pesimista

INDICADORES	VALOR
VAN	\$20.733,22
TIR	26%

Punto de equilibrio

El cálculo del punto de equilibrio es transcendental pues permite conocer el nivel de ingresos que cubre los costos fijos y los costos variables, para así determinar

desde qué monto de ventas el negocio empieza a ganar. Para calcular el punto de equilibrio anual se debe usar la siguiente fórmula:

$$P.E. = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas netas}}\right)}$$

Los costos variables corresponden a los valores, detallados en la tabla 52:

Personal bajo prestación de servicios	\$16.800,00
Costo de Ventas	\$713.623,20
Total Costos Variables	\$730.423,20

Según la tabla 52, los costos fijos corresponden a los siguientes valores:

Gasto tecnológico	\$1.735,00
Gasto Publicidad	\$2.664,00
Gasto Servicios Básicos	\$1.800,00
Gasto Arriendo Local	\$14.400,00
Gasto Movilización	\$1.800,00
Depreciación	\$1.582,34
Personal bajo relación de dependencia	\$63.434,64
Total Costos Fijos	\$87.415,98

El valor de las **Ventas Netas**, según la tabla 42 es de **\$856.347,84**.

Reemplazando los valores de la fórmula se tiene:

$$P.E. = \frac{87.415,98}{1 - \left(\frac{730.423,20}{856.347,84}\right)}$$

$$\mathbf{P.E. = 594.470,52}$$

En la figura 52 se muestra el punto de equilibrio que corresponde a \$594.470,52, lo que significa que a partir de ese valor se ha cubierto los costos y se empieza a ganar.

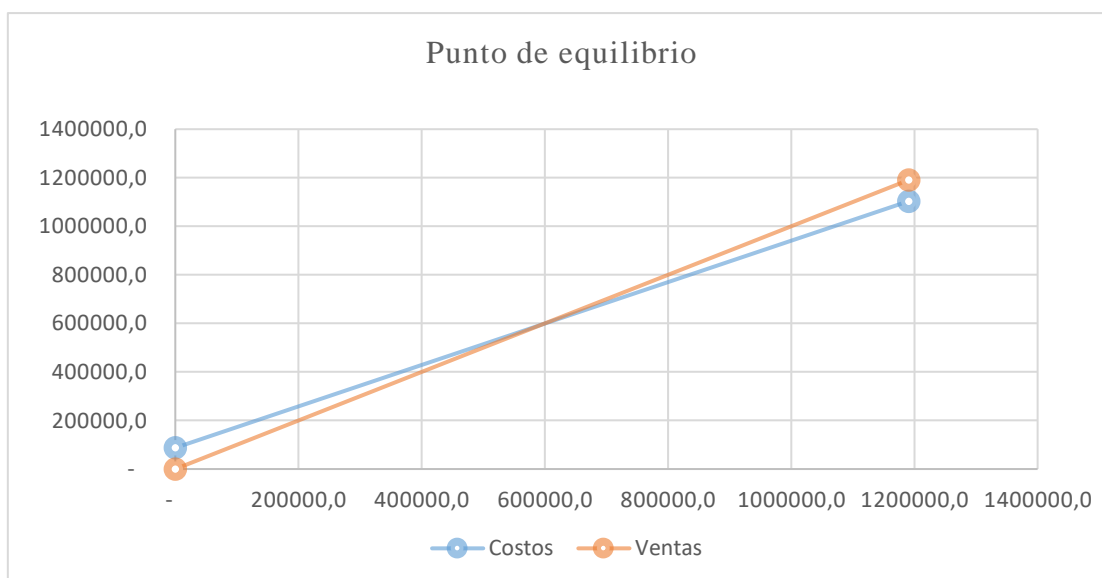


Figura 52. Punto de equilibrio

Payback o Período de Recuperación de Inversión (PRI)

En todo proyecto en el cual se espera la característica de *rentable*, se tiene como premisa la recuperación de la inversión, por lo que, el tiempo que se demore en recuperar el dinero de la inversión resulta muy importante, ya que de ello dependerá qué tan riesgoso será llevarlo a cabo; mientras más corto es el periodo de recuperación, menos riesgoso será el proyecto. Por lo tanto, cuando el período de recuperación es más largo, mayores serán los riesgos e incertidumbres (Ucañán, 2020).

El Payback o PRI “es un criterio para evaluar inversiones que se define como el período de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión” (Velayos, 2014, párr. 1). Para realizar el cálculo del PRI se utiliza la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{b - c}{d}$$

Donde,

a= número de período anterior al que se recupera la inversión inicial.

b= inversión inicial.

c= suma de los flujos descontados hasta el final del período (a).

d= valor del flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Como siguiente paso, se debe calcular el flujo descontado de cada período (tabla 50) usando la siguiente fórmula:

$$\text{Flujo descontado} = \frac{\text{flujo año } x}{(1 + \text{tasa de descuento})^{\text{año } x}}$$

Tabla 50. Flujo descontado

Año	Flujo	8,50%	Tasa de descuento
		Flujo	Flujo acumulado
0	-\$39.995,00	-\$39.995,00	-\$39.995,00
1	\$19.391,17	\$17.872,05	-\$22.122,95
2	\$19.897,85	\$16.902,33	-\$5.220,62
3	\$20.379,39	\$15.955,19	\$10.734,57
4	\$20.827,56	\$15.028,63	\$25.763,20
5	\$21.232,49	\$14.120,57	\$39.883,77

Reemplazando los valores en la fórmula para el cálculo del Payback se tiene:

$$PRI = 2 + \frac{39.995,00 - 34.774,38}{20.379,39}$$

$$PRI = 2.26$$

Lo que significa que la inversión se recuperará en dos años, tres meses y 3 días.

Conclusiones

En el presente estudio de factibilidad se identificaron los conceptos básicos sobre la vivienda, los espacios que la conforman, la influencia del espacio sobre las personas y los estilos actuales de diseño. También se estudió las tendencias y nuevas necesidades en el contexto de la pandemia de Covid-19.

Se analizó el sector de la construcción en los últimos años, siendo notoria su contracción y más aún desde que empezó la pandemia. En el marco referencial se consideraron varios proyectos que han resultado significativos a nivel nacional e internacional, los cuales sirvieron de base para la elaboración del cuestionario de la encuesta usado en la investigación de mercado.

Mediante el estudio de mercado se recogieron y analizaron datos cuantitativos y cualitativos; a continuación, se detallan los datos más relevantes: el 52,60% de los encuestados ya han realizado remodelaciones, ampliaciones o mantenimiento en sus viviendas, un 70,3% ha contratado los servicios de su albañil de confianza para ejecutar las labores necesarias dentro de la vivienda y tan sólo un 7,4% acudió a una empresa de servicios de construcción.

El 71,30% de los encuestados les gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su casa, siendo los espacios favoritos las áreas exteriores, cocina, dormitorio y baño. Las características más valoradas en una empresa son: la calidad y garantía, el profesionalismo y los precios accesibles. El 67,3% de encuestados desea recibir asesoría en su domicilio, seguido de un 25,4% que desea atención virtual, dato a tener en cuenta para satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes. Un 43,90% estaría dispuesto a invertir entre \$1.001 y \$3.000 para mejorar su casa.

Las personas contratan servicios de remodelación para adecuar los espacios a sus necesidades y cambiar su estilo; el mantenimiento lo realizan para arreglar elementos deteriorados; las ampliaciones se llevan a cabo para incorporar habitaciones en la casa o

para agrandar dormitorios. El mayor desacuerdo que se produce con el cliente es el precio, pues en ocasiones surgen imprevistos que incrementan el valor final de la obra.

La propuesta de la empresa se enfocó en la satisfacción del cliente, en la cual prevalecieron soluciones integrales creativas, eficientes, con profesionalismo, calidad y garantía, a un precio competitivo. Para promocionar la empresa se planteó la utilización de canales tradicionales y digitales manejando estrategias SEO y SEM, apertura de páginas en las diferentes redes sociales para conseguir mayor tráfico de usuarios en la página web y aumentar progresivamente la tasa de conversión.

Para la realización de este proyecto se necesita una inversión \$39.995,00 de los cuales \$ 11.995,00 corresponden a capital propio y \$28.000,00 serán financiados por una entidad bancaria a 5 años plazo y a una tasa de interés del 17,11%, inversión que será recuperada en dos años, tres meses y tres días. De acuerdo a los cálculos realizados se obtiene un VAN de \$ 39.883,77, siendo mayor a 0; la TIR calculada es del 41%, lo que resulta positivo por ser mayor a la tasa de oportunidad correspondiente a 8,5%, con lo cual se confirma que el proyecto es rentable y debe llevarse a cabo.

Recomendaciones

Para que la empresa Arqanto pueda funcionar de manera óptima y cumpla las expectativas planteadas, se deberá tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

Identificar y determinar la mano de obra local de calidad, capacitada y que disponga de herramientas modernas para el desarrollo efectivo de sus funciones.

Establecer alianzas estratégicas con proveedores de materiales, acabados de construcción y mobiliario, para obtener mayores beneficios tanto en variedad de productos, precios y facilidades de pago.

Identificar y asociarse con otras empresas que se dediquen a actividades que complementen el servicio ofrecido por Arqanto, de esta manera se podrá ampliar el portafolio de servicios y así satisfacer las necesidades de los clientes más exigentes.

Utilizar un plan de Marketing agresivo para introducir efectivamente y posicionar a la empresa en el mercado local con miras a expandirse a otras ciudades.

Obtener asesoría legal para la elaboración de un modelo de contrato para la ejecución de los proyectos, acorde al beneficio de la empresa y de los usuarios de los servicios.

Una vez posicionada la empresa, se deberá realizar evaluaciones periódicas sobre los niveles de satisfacción de los usuarios, lo que permitirá identificar los puntos débiles que deberán minimizarse aplicando políticas de mejora continua en la empresa.

Referencias

- Andrade, V. Z. (06 de 05 de 2019). *Mundo Constructor*. Obtenido de <https://www.mundoconstructor.com.ec/caen-las-ventas-de-los-principales-subsectores-de-la-construccion/>
- Arquitectura Pura. (2020). Obtenido de <https://www.arquitecturapura.com/orden-corintio/>
- Ayerve, K. (21 de febrero de 2016). *Homify*. Obtenido de Homify: https://www.homify.es/libros_de_ideas/409665/7-estilos-modernos-para-7-casas-sensacionales
- Behar, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Shalom 2008.
- Brown, A. (22 de agosto de 2019). *Khl Construccion Latinoamericana CLA*. Obtenido de Khl Construccion Latinoamericana CLA: <https://www.construccionlatinoamericana.com/noticias/construccion-de-latinoamerica-en-recuperacion/139815.article>
- Camicon. (03 de 2017). <http://www.camicon.ec/>. Obtenido de <http://www.camicon.ec/wp-content/uploads/2017/03/PROPUESTA-CAMICON-PRESIDENCIALES.pdf>
- Canfran, A. (9 de enero de 2018). *Avanza en tu carrera.com*. Obtenido de Avanza en tu carrera.com: <https://www.avanzaentucarrera.com/orientacion/profesiones/construccion/arquitecto-perdido-planos/>
- Caro. (23 de marzo de 2019). *Fachadascasas.com*. Obtenido de Fachadascasas.com: <https://fachadascasas.com/fachadas/el-estilo-colonial/>
- Ching, F., & Binggeli, C. (2012). *DISEÑO DE INTERIORES. UN MANUAL*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Coba, G. (14 de 04 de 2020). Obtenido de

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/construccion-movimiento-economia-emergencia-sanitaria-coronavirus/>

Dimensión-Arquitectura Interior. (13 de Febrero de 2020). *Dimensión-Arquitectura*

Interior. Obtenido de Dimensión-Arquitectura Interior: <https://www.dimension.com/blog/tendencias-de-arquitectura-2020-para-viviendas/>

Ecuador en Cifras. (2010). *ecuadorencifras.com*. Obtenido de

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/azuay.pdf>

Ecuador en cifras. (01 de 11 de 2017). *Conozcamos Cuenca a través de sus cifras*.

Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/conozcamos-cuenca-a-traves-de-sus-cifras/>

Educarte. (s.f.). *Educarte*. Obtenido de Educarte.:

http://aducarte.weebly.com/uploads/5/1/2/7/5127290/mantenimiento_arquitect%C3%B3nico.pdf

Freire, S., & Freire, R. (2020). Los negocios inmobiliarios en la ciudad de Quito.

REVISTA ERUDITUS.

Gobierno Nacional. (2017-2021). Obtenido de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)

[FINAL_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)

Gomez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. Mexico: RED TERCER MILENIO

S.C.

Greelane. (21 de 01 de 2019). *greelane.com*. Obtenido de

<https://www.greelane.com/es/humanidades/artes-visuales/what-is-a-corinthian-column-177504/>

- Guaricela, D. (2011). *Impacto del Bono de la Vivienda*. Quito.
- Guerra, S. (26 de Junio de 2018). *revistagestiom.ec*. Obtenido de <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-sector-constructor-un-termometro-de-la-economia-nacional>
- Gutiérrez, M. (s.f.). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2690477.pdf>
- Hamilton, M., & Pezo, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Bogota: Convenio Andrés Bello.
- Hernandez, A. (04 de 03 de 2013). Obtenido de <https://alfredohernandezdiaz.com/2013/03/04/de-4ps-a-7ps-del-marketing/>
- Herrera, G. V. (2012). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CONFORMACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y REMODELACIÓN PARA VIVIENDAS, CASO INVIERSA CIA. LTDA*. Quito, Ecuador.
- INPC. (2010). *Glosario de Arquitectura*. Quito.
- Keobra. (2019). *keobra.com*. Obtenido de <https://keobra.com/diferencias-entre-remodelacion-y-ampliacion-de-viviendas/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Larousse, E. (2016). *diccionarios.com*. Obtenido de <https://www.diccionarios.com/diccionario/espanol/agorafobia>
- Latinoamericana, C. (13 de mayo de 2020). *khl Construccion Latinoamericana CLA*. Obtenido de khl Construccion Latinoamericana CLA: <https://www.construccionlatinoamericana.com/como-ha-impactado-el-covid-19-a-la-construccion-regional/144038.article>

- Lesmes, R. (06 de 03 de 2017). *https://lesmesysarmiento.com*. Obtenido de <https://lesmesysarmiento.com/proceso-para-remodelaciones-de-casas-y-apartamentos/>
- Lotito, F. (2009). *Arquitectura, sociología, espacio e individuo*.
- Lucero, K. (19 de 07 de 2020). La construcción, un pilar de la economía debilitado por la pandemia. *Revista Gestión*. Obtenido de <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/la-construccion-un-pilar-de-la-economia-debilitado-por-la-pandemia>
- Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados. En *Investigación de Mercados* (págs. 7-8). Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- MarketWatch. (22 de 05 de 2020). *MarketWatch. Inteligencia de Mercado*. Obtenido de <https://marketwatch.com.ec/category/reportes/>
- Mellado, O. (1986). El espacio en la vivienda social y calidad de vida. *Revista Invi*.
- Merino Sanz, M. J. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Esic editorial.
- Merizalde, R. (2017). *Análisis de la evolución del sector de la construcción en el Ecuador en el período 2010 – 2016 y sus efectos en la economía nacional*. Sanborondón.
- Navarro, M. (25 de julio de 2017). *Malaga Luxury Magazine*. Obtenido de Malaga Luxury Magazine: <http://malagaluxurymagazine.com/arquitectura-mediterranea/>
- Neufert, E. (2009). *Arte de proyectar en arquitectura*. Gustavo Gili.
- Neuvoo. (s.f.). *neuvoo.es*. Obtenido de <https://neuvoo.es/neuvooPedia/es/disenador-interiores/>
- Ocampo, L. (24 de Junio de 2020). Sector Construcción pandemia Covid 19. (Ecuavisa, Entrevistador)

- Ortega, A. (2018). *Enfoques de Investigación*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf
- Pérez, D. (25 de febrero de 2016). *Propiedades.com*. Obtenido de <http://propiedades.com/blog/arquitectura-y-urbanismo/cual-es-el-lugar-mas-importante-de-una-casa>
- Pérez, J. (2017). *Definición DE*. Obtenido de <https://definicion.de/comedor/>
- Polifroni, O. (2012). *El diseño de espacios como habitat interior del ser humano*. Barranquilla.
- Porto, J. P., & Gardey, A. (2015). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/remodelacion/>
- RAE. (2014). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/sala?m=form>
- Rivera, A. d. (2017). *POBLACIÓN Y MUESTRAS EN LA*. Obtenido de POBLACIÓN Y MUESTRAS EN LA: http://www.urp.edu.pe/pdf/clase_poblacionymuestras.pdf
- Romero, M. L. (s.f.). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/que-hace-un-arquitecto/>
- Santos, T. (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio*. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- secretosparacontar. (2011). *secretosparacontar.org*. Obtenido de <http://www.secretosparacontar.org/Lectores/Contenidosytemas/Losespaciosqueconformanlavivienda.aspx?CurrentCatId=134>
- Sevilla, A. (2014). *Economipedia.com*.
- Sevilla, A. (2017). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

- Sierra, D. (febrero de 2016). El hogar del orden y el caos. Monterrey.
- Sotelo, J. (09 de 04 de 2018). Obtenido de <https://onzamarketing.com/el-marketing-mix-de-servicios-las-7-ps/>
- Status. (26 de 05 de 2020). *eleconomista.es*. Obtenido de <https://www.eleconomista.es/status/noticias/10565875/05/20/Nueve-tendencias-que-lideraran-la-arquitectura-en-la-era-post-coronavirus.html>
- Tapia, E. (19 de 01 de 2020). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/construccion-ecuador-promotores-estrategias-economia.html>.
- Ucañán, R. (18 de 02 de 2020). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calculo-del-periodo-de-recuperacion-de-la-inversion-o-payback/>
- Universidad de Piura. (2002). *Analisis del Sector Construccion*. Obtenido de http://www.biblioteca.udep.edu.pe/bibvirudep/tesis/pdf/1_97_204_59_903.pdf
- Velayos, V. (14 de 08 de 2014). Obtenido de [https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html#:~:text=El%20valor%20actual%20neto%20\(VAN,valor%20presente%20neto%20\(VPN\).](https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html#:~:text=El%20valor%20actual%20neto%20(VAN,valor%20presente%20neto%20(VPN).)
- Zabala, V. (27 de 06 de 2020). *Mundo Constructor*. Obtenido de <https://www.mundoconstructor.com.ec/el-sector-construccion-recuperamente-su-actividad/>

Apéndices

Apéndice A. Formulario de la encuesta.

FORMULARIO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA PARA DETERMINAR EL MERCADO DEMANDANTE DE SERVICIOS DE ADECUACIÓN DE ESPACIOS RESIDENCIALES EN LA CIUDAD DE CUENCA.

OBJETIVO:

La siguiente encuesta busca medir el nivel de demanda existente en el mercado de servicios de remodelación, mantenimiento o ampliación en las viviendas de la ciudad de Cuenca.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente cada una de las preguntas planteadas y responda con sinceridad.
 - Señale con una "x" en el lugar que corresponda.
- La información obtenida será usada para efectos académicos.

SECCION I: INFORMACIÓN DEL ENTREVISTADO

A. SEXO:

Masculino

Femenino

B. RANGO DE EDAD:

20- 29 años

30-39 años

40-49 años

50-59 años

60- 69 años

70-79 años

80- 84 años

C. ESTADO CIVIL:

Soltero(a)

Casado(a)

Unión libre

Divorciado(a)

Viudo(a)

D. INGRESOS MENSUALES:

\$400-800

\$801-1200

\$1201-1600

\$1601- 2400

más de \$2400

E. TIPO DE VIVIENDA:

Propia

Prestada o cedida

Arrendada

Otros. Especifique _____

SECCION II:

1. ¿Ha realizado una remodelación, mantenimiento o ampliación para mejorar su casa?

SI

NO

Si la respuesta es NO, pase a la pregunta 5

2. ¿Qué tipo de servicio ha necesitado para su vivienda? Puede elegir más de una opción.

Remodelación

Mantenimiento

Ampliación

Todos

3. Cuando ha efectuado remodelación, mantenimiento o ampliación de áreas de su vivienda. ¿a quién ha contratado? Puede elegir más de una opción.

Arquitecto

Diseñador de Interiores

Albañil de confianza

Empresa de servicios de construcción

4. ¿Con qué frecuencia realiza remodelación, mantenimiento o ampliación para su vivienda?

cada mes

cada 6 meses

cada año

cada 5 años

cada 10 años

5. ¿Le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su casa?

SI

NO

Si la respuesta es NO, fin de la encuesta.

6. ¿Cuál ambiente de su casa le gustaría remodelar, ampliar o dar mantenimiento? Puede elegir más de una opción.

Sala

Comedor

Cocina

Baño

Dormitorios

Exteriores

Otros

Especifique _____

7. Si busca remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su vivienda actual es porque: Puede elegir más de una opción.

Desea estar a la vanguardia en tendencias (modernizarse).

Necesita más espacio.

Necesita personalizar y adaptar el espacio a sus necesidades.

Los espacios no cumplen con su función.

Quiere incrementar el valor inmobiliario.

8. ¿Estaría dispuesto a contratar una empresa que brinde servicios profesionales para remodelación, mantenimiento o ampliación de su vivienda?

- SI
- NO

Si la respuesta es No, fin de la encuesta.

9. ¿Qué atributos aprecia más en una empresa que brinda servicios de remodelación, mantenimiento o ampliación? Puede elegir más de una opción.

- Profesionalismo
- Rapidez
- Tecnología (Maqueta en 3D)
- Calidad y garantía
- Precios accesibles

**10. Para recibir asesoría de un experto en remodelación, mantenimiento o ampliación usted preferiría reunirse con él o ella en:
Puede elegir más de una opción.**

- Su domicilio
- Su lugar de trabajo
- Oficina del experto en construcción
- Asesoría virtual
- Asesoría a través llamada telefónica
- Otros. Especifique _____

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación, mantenimiento o ampliación de su vivienda?

- \$100-\$500
- \$501-\$1.000
- \$1.001-3000
- \$3.001-\$10.000
- más de\$10.000

12. ¿Destinaría un mayor porcentaje de su presupuesto, para remodelar, ampliar o dar mantenimiento a su vivienda si existiera una empresa que le preste un servicio integral y garantizado a un precio accesible?

- SI
- NO

*****MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN*****

Apéndice B. Autorizaciones de los entrevistados

RE: AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR INFORMACION OTORGADA EN ENTREVISTA

Fecha: 20/10/21 02:08 (GMT-05:00)
 A: elizajarasiva@hotmail.com
 Asunto: AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR INFORMACION OTORGADA EN ENTREVISTA

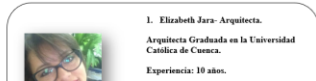
Buenos días Arquitecta Elizabeth

El motivo del presente es para informarle que me encuentro en la etapa final para la culminación de mi trabajo de Fin de Master titulado "Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca".

Le agradezco mucho por la información brindada durante la entrevista que le realicé meses atrás y le solicito que me autorice publicar la información otorgada por usted, además de su foto ubicada dentro de la presentación de su perfil de entrevistado.

Adjunto captura y texto que será publicado en el repositorio digital de la UCSG.

Quedo muy agradecida y pendiente de su favorable respuesta.



RE: AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR INFORMACION OTORGADA EN ENTREVISTA

elizajarasiva - elizajarasiva@hotmail.com
 Día: 20/10/2021 19:21
 Para: Usted

Buenas Noches María de Lourdes
 Disculpeme recién veo su mensaje, claro no tengo ningún problema en que se publique la entrevista y la foto que me hizo, me alegro que le haya sido útil la información.
 Desandándole estos me despido.
 Atentamente

Arq. Elizabeth Jara
 Enviado desde mi Galaxy

----- Mensaje original -----
 De: María de Lourdes Serrano <maluser@hotmail.com>
 Fecha: 20/10/21 02:08 (GMT-05:00)
 A: elizajarasiva@hotmail.com
 Asunto: AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR INFORMACION OTORGADA EN ENTREVISTA

Buenos días Arquitecta Elizabeth

El motivo del presente es para informarle que me encuentro en la etapa final para la culminación de mi trabajo de Fin de Master titulado "Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca".

Re: AUTORIZACION PARA PUBLICAR INFORMACION OTORGADA EN ENTREVISTA

Buenas noches

Diseñadora Verónica Saguy

El motivo del presente es para informarle que me encuentro en la etapa final para la culminación de mi trabajo de Fin de Master titulado "Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca".

Le agradezco mucho por la información brindada durante la entrevista que le realicé meses atrás y le solicito que me autorice publicar la información otorgada por usted, además de su foto ubicada dentro de la presentación de su perfil de entrevistado.

Adjunto captura y texto que será publicado en el repositorio digital de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Quedo muy agradecida y pendiente de su favorable respuesta.

Entrevista 2.

Re: AUTORIZACION PARA PUBLICAR INFORMACION OTORGADA EN ENTREVISTA

Verónica Saguy <saguayt@gmail.com>

Dom 24/10/2021 19:19

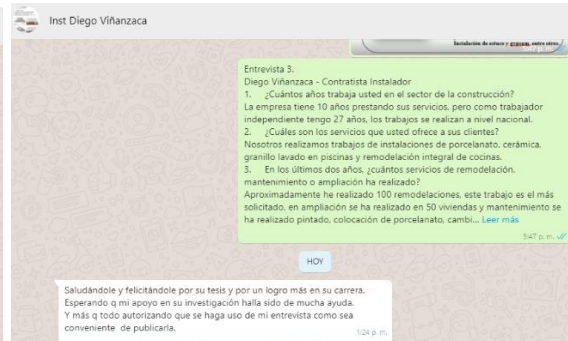
Para: Usted



Estimada, María de Lourdes. Autorizo la publicación de la información contenida en esta entrevista.

Saludos cordiales y muchos éxitos.

Atentamente,
 Verónica Saguy T.
 DISEÑADORA DE INTERIORES
 CUENCA - ECUADOR



Apéndice C. Tabla de Amortización

Valor del préstamo	28.000,00
TNA (30/360)	17,11%
Años	5
Frecuencia de Pago	Mensual
Interés equivalente	1,426%
N° de pagos por año	12
N° Total de Cuotas	60

Resumen:

Valor préstamo	\$	28.000,00
Suma de Cuotas	\$	41.851,76
Suma de Interés	\$	13.851,76

Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO
0				\$ 28.000,00
1	\$ 697,53	\$ 399,23	\$ 298,30	\$ 27.701,70
2	\$ 697,53	\$ 394,98	\$ 302,55	\$ 27.399,15
3	\$ 697,53	\$ 390,67	\$ 306,86	\$ 27.092,29
4	\$ 697,53	\$ 386,29	\$ 311,24	\$ 26.781,05
5	\$ 697,53	\$ 381,85	\$ 315,68	\$ 26.465,38
6	\$ 697,53	\$ 377,35	\$ 320,18	\$ 26.145,20
7	\$ 697,53	\$ 372,79	\$ 324,74	\$ 25.820,46
8	\$ 697,53	\$ 368,16	\$ 329,37	\$ 25.491,09
9	\$ 697,53	\$ 363,46	\$ 334,07	\$ 25.157,02
10	\$ 697,53	\$ 358,70	\$ 338,83	\$ 24.818,18
11	\$ 697,53	\$ 353,87	\$ 343,66	\$ 24.474,52
12	\$ 697,53	\$ 348,97	\$ 348,56	\$ 24.125,96
13	\$ 697,53	\$ 344,00	\$ 353,53	\$ 23.772,42
14	\$ 697,53	\$ 338,96	\$ 358,57	\$ 23.413,85
15	\$ 697,53	\$ 333,84	\$ 363,69	\$ 23.050,16
16	\$ 697,53	\$ 328,66	\$ 368,87	\$ 22.681,29
17	\$ 697,53	\$ 323,40	\$ 374,13	\$ 22.307,16
18	\$ 697,53	\$ 318,06	\$ 379,47	\$ 21.927,69
19	\$ 697,53	\$ 312,65	\$ 384,88	\$ 21.542,82
20	\$ 697,53	\$ 307,16	\$ 390,36	\$ 21.152,45
21	\$ 697,53	\$ 301,60	\$ 395,93	\$ 20.756,52
22	\$ 697,53	\$ 295,95	\$ 401,58	\$ 20.354,94
23	\$ 697,53	\$ 290,23	\$ 407,30	\$ 19.947,64
24	\$ 697,53	\$ 284,42	\$ 413,11	\$ 19.534,53
25	\$ 697,53	\$ 278,53	\$ 419,00	\$ 19.115,53
26	\$ 697,53	\$ 272,56	\$ 424,97	\$ 18.690,56
27	\$ 697,53	\$ 266,50	\$ 431,03	\$ 18.259,53
28	\$ 697,53	\$ 260,35	\$ 437,18	\$ 17.822,35
29	\$ 697,53	\$ 254,12	\$ 443,41	\$ 17.378,94
30	\$ 697,53	\$ 247,79	\$ 449,73	\$ 16.929,20
31	\$ 697,53	\$ 241,38	\$ 456,15	\$ 16.473,05

32	\$ 697,53	\$ 234,88	\$ 462,65	\$ 16.010,40
33	\$ 697,53	\$ 228,28	\$ 469,25	\$ 15.541,16
34	\$ 697,53	\$ 221,59	\$ 475,94	\$ 15.065,22
35	\$ 697,53	\$ 214,80	\$ 482,72	\$ 14.582,49
36	\$ 697,53	\$ 207,92	\$ 489,61	\$ 14.092,89
37	\$ 697,53	\$ 200,94	\$ 496,59	\$ 13.596,30
38	\$ 697,53	\$ 193,86	\$ 503,67	\$ 13.092,63
39	\$ 697,53	\$ 186,68	\$ 510,85	\$ 12.581,78
40	\$ 697,53	\$ 179,40	\$ 518,13	\$ 12.063,64
41	\$ 697,53	\$ 172,01	\$ 525,52	\$ 11.538,12
42	\$ 697,53	\$ 164,51	\$ 533,01	\$ 11.005,11
43	\$ 697,53	\$ 156,91	\$ 540,61	\$ 10.464,49
44	\$ 697,53	\$ 149,21	\$ 548,32	\$ 9.916,17
45	\$ 697,53	\$ 141,39	\$ 556,14	\$ 9.360,03
46	\$ 697,53	\$ 133,46	\$ 564,07	\$ 8.795,96
47	\$ 697,53	\$ 125,42	\$ 572,11	\$ 8.223,84
48	\$ 697,53	\$ 117,26	\$ 580,27	\$ 7.643,57
49	\$ 697,53	\$ 108,98	\$ 588,54	\$ 7.055,03
50	\$ 697,53	\$ 100,59	\$ 596,94	\$ 6.458,09
51	\$ 697,53	\$ 92,08	\$ 605,45	\$ 5.852,64
52	\$ 697,53	\$ 83,45	\$ 614,08	\$ 5.238,56
53	\$ 697,53	\$ 74,69	\$ 622,84	\$ 4.615,73
54	\$ 697,53	\$ 65,81	\$ 631,72	\$ 3.984,01
55	\$ 697,53	\$ 56,81	\$ 640,72	\$ 3.343,29
56	\$ 697,53	\$ 47,67	\$ 649,86	\$ 2.693,43
57	\$ 697,53	\$ 38,40	\$ 659,13	\$ 2.034,30
58	\$ 697,53	\$ 29,01	\$ 668,52	\$ 1.365,78
59	\$ 697,53	\$ 19,47	\$ 678,06	\$ 687,72
60	\$ 697,53	\$ 9,81	\$ 687,72	\$ 0,00

TABLA RESUMEN

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pago de intereses	\$ 4.496,31	\$ 3.778,93	\$ 2.928,70	\$ 1.921,04	\$ 726,78
Pago de capital	\$ 3.874,04	\$ 4.591,42	\$ 5.441,65	\$ 6.449,31	\$ 7.643,57
Total	\$ 8.370,35	\$ 8.370,35	\$ 8.370,35	\$ 8.370,35	\$ 8.370,35

Apéndice D. Detalle de precios unitarios de cada servicio.

Tabla D1. Remodelación cocina.

COCINA					
No.	Rubro / Descripción	Unidad	P. unit.	Cantidad	P. Total
1	Derrocamiento de mampostería de ladrillo	m3	9,99	1,00	9,99
2	Derrocamiento de porcelanato de piso	m2	9,99	1,00	9,99
3	Derrocamiento de porcelanato de pared	m2	9,99	1,00	9,99
4	Retiro de mueble de cocina	ml	7,21	1,00	7,21
5	Derrocamiento de cielo raso	m2	9,17	1,00	9,17
6	Retiro de puerta	u	4,20	1,00	4,20
7	Retiro de fregadero	u	5,05	1,00	5,05
8	Mampostería de bloque ancho 15cm con mortero 1:3	m2	17,41	1,00	17,41
9	Enlucido con mortero 1:3	m2	12,22	1,00	12,22
10	Enlucido de filos con mortero 1:3	ml	5,29	1,00	5,29
11	Empaste de pared interior	m2	5,28	1,00	5,28
12	Pintura de caucho con fondo para paredes, 2 manos	m2	4,55	1,00	4,55
13	Suministro y colocación de porcelanato de 60x60cm	m2	14,12	1,00	14,12
14	Suministro y colocación de porcelanato de 60x60cm para paredes	m2	15,13	1,00	15,13
15	Barredera de porcelanato h=7cm	ml	5,67	1,00	5,67
16	Cielo raso gypsum e=1/2", incluye estructura, suministro y colocación	m2	20,73	1,00	20,73
17	Mueble alto y bajo de madera	ml	148,85	1,00	148,85
18	Revestimiento de mesón con granito	m2	95,15	1,00	95,15
	TOTAL POR METRO				400,00

Tabla D2. Remodelación baño.

BAÑO					
No.	Rubro / Descripción	Unidad	P. unit.	Cantidad	P. Total
1	Derrocamiento de porcelanato de piso	m2	9,99	1,00	9,99
2	Derrocamiento de porcelanato de pared	m2	9,99	1,00	9,99
3	Derrocamiento de cielo raso	m2	9,17	1,00	9,17
4	Retiro de puerta	u	4,20	1,00	4,20
5	Retiro de inodoro	u	6,96	1,00	6,96
6	Retiro de lavamanos	u	6,96	1,00	6,96
7	Retiro de ducha	u	3,21	1,00	3,21
8	Suministro y colocación de porcelanato de 60x60cm	m2	14,12	1,00	14,12
9	Suministro y colocación de porcelanato de 60x60cm para paredes	m2	15,13	1,00	15,13

10	Barredera de porcelanato h=7cm	ml	5,67	1,00	5,67
11	Cielo raso gypsum e=1/2", incluye estructura, suministro y colocación	m2	20,73	1,00	20,73
12	Suministro y colocación de mosaico de 30x30cm para paredes	m2	15,13	1,00	15,13
13	Suministro e instalación de inodoro de tanque blanco	u	84,12	1,00	84,12
14	Suministro e instalación de lavamanos blanco	u	68,20	1,00	68,20
15	Suministro e instalación de ducha	u	34,85	1,00	34,85
16	Mampara de vidrio 10mm y aluminio	m2	91,57	1,00	91,57
	TOTAL POR METRO				400,00

Tabla D3. Remodelación dormitorio.

DORMITORIO					
No.	Rubro / Descripción	Unidad	P. unit.	Cantidad	P. Total
1	Retiro de closet	ml	9,41	1,00	9,41
2	Derrocamiento de cielo raso	m2	9,17	1,00	9,17
3	Empaste de pared interior	m2	5,28	1,00	5,28
4	Pintura de caucho con fondo para paredes, 2 manos	m2	4,55	1,00	4,55
5	Cielo raso gypsum e=1/2", incluye estructura, suministro y colocación	m2	20,73	1,00	20,73
6	Closet de madera	ml	206,53	1,00	206,53
7	Piso flotante 8mm	m2	32,43	1,00	32,43
8	Barredera de mdf h=10cm	ml	11,90	1,00	11,90
	TOTAL POR METRO				300,00

Tabla D4. Remodelación patio y jardín.

ÁREA PATIO					
No.	Rubro / Descripción	Unidad	P. unit.	Cantidad	P. Total
1	Desbroce, destronque y limpieza	m2	0,60	1,00	0,60
2	Excavación manual material sin clasificar 0-2 m	m3	11,83	1,00	11,83
3	Relleno compactado con material de sitio	m3	7,17	1,00	7,17
4	Replanto de piedra e = 15 cm	m2	7,18	1,00	7,18
5	Acero de refuerzo, fy=4200Kg/cm2	kg	1,88	1,00	1,88
6	Acero estructural en perfiles, suministro y montaje con equipo mecánico	kg	2,26	1,00	2,26
7	Malla electrosoldada, Ø5mm @15cm	m2	4,07	1,00	4,07
8	Placa metálica de 200x200x8mm	u	19,52	1,00	19,52
9	Perno de anclaje d=12mm-14mm	u	1,65	1,00	1,65
10	Hormigón ciclópeo (60% H.S. y 40% piedra) f'c = 110 kg/cm2	m3	83,27	1,00	83,27
11	Loseta de hormigón f'c=240 Kg/cm h=5 cm	m3	137,73	1,00	137,73
12	Mesón de cocina para BBQ de H.A. A=0.60m espesor=0.10m	m	100,08	1,00	100,08

13	Suministro y colocación de porcelanato de 60x60cm	m2	14,12	1,00	14,12
14	Suministro y colocación de porcelanato de 60x60cm para paredes	m2	15,13	1,00	15,13
15	Cubierta de eternit sobre estructura metálica	m2	16,35	1,00	16,35
16	Mampostería de bloque ancho 15cm con mortero 1:3	m2	17,41	1,00	17,41
17	Enlucido con mortero 1:3	m2	12,22	1,00	12,22
18	Enlucido de filos con mortero 1:3	ml	5,29	1,00	5,29
19	Suministro y colocación de porcelanato rectificado imitación piedra	m2	42,24	1,00	42,24
	TOTAL POR METRO				500,00

ÁREA DE JARDÍN					
No.	Rubro / Descripción	Unidad	P. unit.	Cantidad	P. Total
1	Desbroce, destronque y limpieza	m2	0,60	1,00	0,60
2	Plantación de Kikuyo	m2	20,53	1,00	20,53
3	Arbustos	u	34,50	1,00	34,50
4	Especies Herbáceas	u	8,01	1,00	8,01
5	Tierra negra preparada	m3	36,36	1,00	36,36
	TOTAL POR METRO				100,00

*En cuanto a la remodelación de patio y jardines, se saca el promedio de ambos para el cálculo del servicio, puesto que muchas veces el patio tiene incorporado un jardín. El valor correspondiente a este rubro es de \$300,00.

Tabla D5. Ampliación en general.

PRESUPUESTO PARA AMPLIACIÓN					
REFERENCIA VIVIENDA DE 125 m2					
No.	Rubro / Descripción	Unidad	P. unit.	Cantidad	P. Total
	OBRAS PRELIMINARES, EXCAVACIONES, RELLENOS, DESALOJOS				
1	Desbroce, destronque y limpieza	m2	0,60	190,63	114,38
2	Replanteo y Nivelación	m2	1,24	127,64	158,27
3	Excavación a máquina	m2	5,29	65,24	345,12
4	Excavación manual material sin clasificar 0-2 m	m3	11,83	90,02	1.064,94
5	Relleno compactado con material de sitio	m3	7,17	16,00	114,72
6	Desalojo manual tierra/escombros dist=50 m	m2	10,76	65,24	701,98
7	Desalojo mecánico volqueta tierra/escombros d=5km	m2	2,47	90,02	222,35
		Subtotal 1:			2.721,76
	ESTRUCTURA				
8	Encofrado de madera recto (2 usos)	m2	11,10	150,00	1.665,00

9	Hormigón Simple f'c = 180 kg/cm2	m3	126,23	87,89	11.094,35
10	Hormigón simple f'c=210 kg/cm2	m3	149,88	31,44	4.712,23
11	Hormigón simple f'c=240 kg/cm2	m3	156,12	8,13	1.269,26
12	Acero de refuerzo, fy=4200Kg/cm2	kg	1,88	5.900,00	11.092,00
13	Acero estructural en perfiles, suministro y montaje con equipo mecánico	kg	2,26	947,70	2.141,80
14	Hormigón simple f'c=140 kg/cm2 en replantillos	m3	141,35	1,26	178,10
15	Replantillo de piedra e = 20 cm	m2	8,19	122,38	1.002,29
16	Malla electrosoldada R-131, Ø5mm @15cm	m2	4,07	206,04	838,58
17	Viga electrosoldada V5, suministro y colocación	ml	6,52	32,96	214,90
18	Viga electrosoldada V9, suministro y colocación	ml	9,94	200,00	1.988,00
		Subtotal 2:			36.196,51
	MAMPOSTERIAS, ENLUCIDOS, REVESTIMIENTOS				
19	Mampostería de ladrillo tochana o bloque de 12 a 13 cm	m2	12,75	209,16	2.666,79
20	Mampostería de ladrillo tochana o bloque de 10 cm	m2	12,75	24,24	309,06
21	Enlucido con mortero 1:3	m2	5,90	210,25	1.240,48
22	Enlucido de filos con mortero 1:3	ml	2,30	164,76	378,95
23	Empaste de pared interior	m2	5,28	164,76	869,93
		Subtotal 3:			5.465,21
	PISOS				
24	Suministro y colocación de porcelanato de 60x60cm	m2	14,12	63,62	898,31
25	Piso flotante 8mm	m2	23,47	83,94	1.970,07
26	Suministro y colocación de porcelanato de 60x60cm para paredes	m2	15,13	55,92	846,07
		Subtotal 4:			3.714,45
	PUERTAS, MUEBLES, PASAMANOS				
27	Puerta mdf maderada 0.90x2.10m	u	250,45	4,00	1.001,80
28	Puerta mdf maderada 0.70x2.10m	u	238,45	3,00	715,35
29	Puerta de aluminio y vidrio corrediza	u	103,50	1,00	103,50
30	Ventana de aluminio	m2	112,04	16,04	1.797,12
31	Rastreras de madera	m	9,78	71,77	701,91
32	Closet de madera	ml	206,53	6,75	1.394,08
33	Mueble alto y bajo de madera	ml	148,85	10,00	1.488,50
34	Mueble de madera	ml	116,85	3,00	350,55
35	Revestimiento de mesón con granito	m2	95,15	6,50	618,48
36	Lavarropa de granito	m2	60,19	1,00	60,19
37	Pasamano de acero inoxidable	m	208,12	1,00	208,12
		Subtotal 5:			8.439,60
	ACCESORIOS DE BAÑOS				

38	Suministro e instalación de inodoro de tranque blanco	u	84,12	3,00	252,36
39	Suministro e instalación de lavamanos blanco	u	68,20	3,00	204,60
40	Suministro e instalación de ducha	u	34,85	2,00	69,70
41	Mampara de vidrio 10mm y aluminio	m2	91,57	4,50	412,07
42	Colocación de accesorios sanitarios	u	16,35	3,00	49,05
		Subtotal 6:			987,78
	CUBIERTAS, CIELORASOS.				
43	Cubierta de eternit sobre estructura metálica	m2	16,35	73,78	1.206,30
44	Canales de tol	ml	11,77	11,14	131,12
45	Canal recolector de agua lluvia	ml	28,73	21,05	604,77
46	Impermeabilización de cubierta lámina asfáltica	ml	12,96	23,42	303,52
47	Cielo raso gypsum e=1/2", incluye estructura, suministro y colocación	m2	20,73	112,20	2.325,91
		Subtotal 7:			4.571,62
	REVESTIMIENTOS				
48	Pintura de caucho con fondo para paredes, 2 manos	m2	4,55	442,37	2.012,78
		Subtotal 8:			2.012,78
	INSTALACIONES SANITARIAS				
49	Suministro e Instalación tubería sanitaria PVC E/C 110 mm	ml	6,52	36,00	234,72
50	Suministro e Instalación tubería sanitaria PVC E/C 50 mm	ml	3,60	20,00	72,00
51	Sum e Ins codo sanitario D= 110 mm	u	5,51	10,00	55,10
52	Sum e Ins codo sanitario D= 50 mm	u	3,71	12,00	44,52
53	Sum e Ins tee sanitario D= 110 mm	u	8,26	4,00	33,04
54	Sum e Ins tee sanitario D= 50 mm	u	4,35	6,00	26,10
55	Sum e Ins tee reductora sanitario D= 110mm a 50 mm	u	7,44	5,00	37,20
56	Sum e Ins Yee sanitario D= 110mm	u	9,05	5,00	45,25
57	Sum e Ins Yee sanitario D= 50mm	u	4,98	5,00	24,90
58	Sum e Ins yee reductora sanitario D= 110mm a 50 mm	u	8,26	4,00	33,04
59	Sum e Ins sifón sanitario D= 110mm	u	10,70	4,00	42,80
60	Sum e Ins sifón sanitario D= 50mm	u	4,89	5,00	24,45
61	Pozo de revisión de h=0 a 1,5 m, Tapa y Brocal tipo A	u	285,42	3,00	856,26
		Subtotal 9:			1.529,38
	INSTALACIONES DE AGUA POTABLE				
62	Sum e Ins llave de paso 3/4	u	17,46	8,00	139,68
63	Sum e Ins tubería PVC U/R D = 3/4"	m	10,18	28,30	288,09

64	Sum e Ins tubería PVC U/R D = 1/2" agua fría	m	6,95	22,21	154,36
65	Sum e Ins tubería PVC U/R D = 1/2" agua caliente	m	9,20	26,45	243,34
66	Sum e Ins codo 90 polipropileno roscable 3/4"	u	2,04	7,00	14,28
67	Sum e Ins codo 90 polipropileno roscable 1/2"	u	1,70	26,00	44,20
68	Sum e Ins codo 90 polipropileno roscable 1/2" agua caliente	u	2,00	16,00	32,00
69	Sum e Ins reductor de 3/4 a 1/2"	u	1,53	10,00	15,30
70	Sum e Ins unión PVC de 3/4"	u	1,98	6,00	11,88
71	Sum e Ins unión PVC de 1/2"	u	1,82	8,00	14,56
72	Sum e Ins tee PVC de 3/4"	u	2,49	4,00	9,96
73	Sum e Ins tee PVC de 1/2" agua fría	u	1,84	8,00	14,72
74	Sum e Ins tee PVC de 1/2" agua caliente	u	2,48	6,00	14,88
		Subtotal 10:			997,25
	INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
75	Construcción de pozo de revisión OPB - 90x90x90cm	u	297,25	1,00	297,25
76	Acometida principal conductor 2x10awg.	m	9,16	22,00	201,52
77	Acometida interior medidor a panel	m	26,32	52,00	1.368,64
78	Tablero y breakers 6-12 ptos incl instalaciones	u	176,86	1,00	176,86
79	Tablero y breakers 2-4 ptos incl instalaciones	u	91,00	4,00	364,00
80	Punto de luz	pto	26,13	22,00	574,86
81	Punto de interruptor y tomacorriente	pto	36,91	39,00	1.439,49
82	Punto de tomacorriente para cocina	pto	33,00	1,00	33,00
83	Lampara tipo ojo de buey	pto	27,35	23,00	629,05
84	Panel Led redondo 18W	u	18,98	14,00	265,72
		Subtotal 11:			5.350,39
				SUBTOTAL	71.986,73
				IVA 12%	8.638,41
				TOTAL	80.625,14

80.625,14 / 125 M2= \$ 645.00 precio por m2

Tabla D6. Mantenimiento de cubierta.

PRESUPUESTO PARA MANTENIMIENTO					
CUBIERTA					
No	Rubro / Descripción	Unidad	P unit.	Cantidad	P Total
1	Limpieza de teja existente	m2	4,42	1,00	4,42
2	Limpieza de planchas de eternit	m2	2,80	1,00	2,80
3	Limpieza de canales	m	2,80	1,00	2,80
4	Pintura de cubierta	m2	5,30	1,00	5,30
5	Impermeabilización de cubierta	m2	19,68	1,00	19,68
	TOTAL POR METRO				35,00

Tabla D7. Mantenimiento de pintura interior y exterior.

EMPASTADO Y PINTURA DE EXTERIORES E INTERIORES					
No	Rubro / Descripción	Unidad	P unit.	Cantidad	P Total
1	Limpieza de paredes	m2	0,95	1,00	0,95
2	Empastado exterior	m2	5,00	1,00	5,00
3	Empaste de pared interior	m2	4,14	1,00	4,14
4	Pintura de caucho con fondo para paredes interiores, 2 manos	m2	4,55	1,00	4,55
5	Pintura exterior	m2	5,86	1,00	5,86
	TOTAL POR METRO				20,50

Tabla D8. Mantenimiento de jardines.

PATIO Y JARDINES					
No	Rubro / Descripción	Unidad	P unit	Cantidad	P Total
1	Desbroce, destronque y limpieza	m2	0,60	1,00	0,60
2	Plantación de Kikuyo	m2	20,53	1,00	20,53
3	Arbustos	u	34,50	1,00	34,50
4	Especies Herbáceas	u	8,01	1,00	8,01
5	Tierra negra preparada	m3	36,36	1,00	36,36
	TOTAL POR METRO				100,00



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, María de Lourdes Serrano Guerrero, con C.C: # 0105235303 autora del trabajo de titulación: *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca* previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 02 de mayo de 2022

f. _____

Nombre: María de Lourdes Serrano Guerrero

C.C: 0105235303



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de remodelación, ampliación o mantenimiento de espacios residenciales en la ciudad de Cuenca.		
AUTORA:	Serrano Guerrero, María de Lourdes		
REVISORA:	Shirley Carolina, Segura Ronquillo		
TUTORA:	Diana Paola, Solórzano Martínez		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Administración de Empresas		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	02 de mayo de 2022	No. DE PÁGINAS:	131
ÁREAS TEMÁTICAS:	Construcción, estudio de factibilidad, análisis financiero		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Remodelación, ampliación, mantenimiento, servicio integral, eficiencia, factibilidad.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>El presente proyecto se enfocó en la realización de un estudio de factibilidad para la creación de la empresa Arqanto, que se dedicará a remodelar, ampliar y dar mantenimiento a espacios residenciales en la ciudad de Cuenca, con la creación de esta empresa se pretende mejorar la calidad de vida de las personas en sus hogares, otorgando un servicio integral, realizado de manera creativa, eficiente y minimizando las molestias del proceso; además, que aportará a la sociedad, generando fuentes de empleo que favorezcan a la economía del país. Se realizó un estudio de mercado usando metodología cuantitativa y cualitativa, en el cual se pudo conocer la demanda insatisfecha, las preferencias y el nivel de aceptación que tendría una nueva empresa que brinde los servicios de readecuación de viviendas. Se efectuó una encuesta virtual con la participación de 384 personas, pertenecientes al segmento de interés y a su vez, entrevistas a profesionales de la construcción para ampliar detalles de los servicios. Mediante el análisis financiero se determinó que el proyecto es viable, presentando un VAN mayor a 0, la TIR proyectada corresponde al 41%, siendo mayor a la tasa de oportunidad; además, que la inversión se recuperará en un tiempo relativamente corto.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-84273607	E-mail: maluser@hotmai.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: María del Carmen Lapo Maza		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec		

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	