



## **Departamento de Posgrados**

**Propuesta de un plan de negocio basado en Lean *Startup* para la vivienda de tipo *tiny house* en la ciudad de Cuenca**

**Maestría en Administración de Empresas**

**Autor:**

**Leonardo Prado Galindo**

**Director:**

**Ing. Juan Carlos Pauta Ortiz, MBA**

**CUENCA- ECUADOR 2022**

#### DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado con mucho cariño a mi familia, pilares fundamentales en mi formación, en especial a mi hermano por estar conmigo en todo momento, a todas aquellas personas que me aprecian y confiaron en mi para cumplir este objetivo.

#### AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mis más sinceras muestras de agradecimiento a Dios, a mi familia, a la vida en estos difíciles momentos que estamos atravesando por Pandemia Covid, siempre con la fe y esperanza de días mejores.

De manera especial al Ing. Juan Carlos Pauta, director de mi tesis, ya que sin su apoyo no hubiera sido posible cumplir con este reto

**Índice de contenido**

RESUMEN.....	viii
ABSTRACT .....	viii
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO 1 .....	10
La metodología Lean Startup como base del emprendimiento <i>tiny house</i> .....	10
El producto <i>tiny house</i> .....	11
Concepción de vivienda tipo <i>tiny house</i> .....	11
Las <i>tiny house</i> y su sistema constructivo.....	12
Diferencia de costos entre <i>tiny house</i> y las viviendas tradicionales .....	13
El entorno para las <i>tiny house</i> .....	14
Fundamentos Legislativos y Socioeconómicos de la Vivienda .....	14
Legislación e Institucionalidad: Derecho a la vivienda.....	14
Factores sociales de la vivienda.....	16
Factores económicos de la vivienda.....	17
Diagnóstico del acceso a la vivienda en Cuenca.....	18
CAPÍTULO 2 .....	21
Pertinencia ambiental pertinencia .....	28
Viabilidad técnica de la construcción de <i>tiny house</i> para el mercado de Cuenca .....	31
Macro entorno .....	31
Micro entorno .....	34
Proveedores, Clientes, Intermediarios, Competidores.....	34
Viabilidad económica y financiera de la puesta en marcha de construcción y comercialización de línea de negocio <i>tiny house</i> .....	41
Costo de las <i>tiny house</i> .....	41
Sostenibilidad y costo de mantenimiento.....	52
Financiamiento.....	52
CAPÍTULO 3 .....	57
Estrategia de marketing para la nueva línea de negocio de <i>tiny house</i> para el mercado cuencano .....	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	64
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	67

**Índice de tablas**

Tabla 1 .....	13
Cuadro comparativo de costos entre una tiny house vs vivienda tradicional .....	13
Tabla 2 .....	33
Matriz Macro-Entorno .....	33
Costo de las tiny house .....	41
Tabla 3 .....	42
Dimensiones de la tiny house propuesta .....	42
Tabla 4 .....	44
Costos de la tiny house propuesta.....	44
Tabla 5 .....	48
Distribución y costos de la tiny house tipo MiHAoUZ.....	48
Tabla 6 .....	54
Ejercicio referencial de cálculo de crédito hipotecario BCE .....	54
Tabla 7 .....	55
Tabla de amortización sobre el ejercicio de crédito BCE .....	55

**Índice de figuras**

Figura Nro: 1 .....	23
Estado civil de los encuestados .....	23
Figura Nro: 2 .....	24
Grupo etario de los encuestados .....	24
Figura Nro: 3 .....	24
Estado actual de los encuestados .....	24
Figura Nro: 4 .....	25
Grado de necesidad para adquirir su primera vivienda .....	25
Figura Nro: 5 .....	26
Criterio y/o consideración de vida .....	26
Figura Nro: 6 .....	27
Consideración de vivir en una <i>tiny house</i> .....	27
Figura Nro: 7 .....	27
Posibilidad de adquirir una <i>tiny house</i> .....	27
Figura Nro: 8 .....	29
Consideración sobre las tiny house el medio ambiente .....	29
Figura Nro: 9 .....	29
Consideración sobre vivir en una tiny house aportando medio ambiente.....	29
Figura Nro: 10 .....	30
Consideración de ser parte de una cultura de protección al medio ambiente.....	30

Figura Nro: 11 .....	36
Experiencias profesionales expertos en construcción .....	36
Figura Nro: 12 .....	36
Expertos: Consideración demanda habitacional en Cuenca .....	36
Figura Nro: 13 .....	37
Experiencias profesionales expertos en construcción .....	37
Figura Nro: 14 .....	37
Consideración oferta de viviendas en mercado cuencano.....	37
Figura Nro: 15 .....	38
Consideración soluciones a vivienda en mercado cuencano .....	38
Figura Nro: 16 .....	39
Expertos dispuestos a ofrecer tiny house .....	39
Figura Nro: 17 .....	39
Consideración a la solución habitacional mercado cuencano .....	39
Figura Nro: 18 .....	40
Enfoque de construcción de tiny house por expertos .....	40
Figura Nro: 19 .....	40
Consideración tipo de terreno a construir tiny house.....	40
Figura Nro: 20 .....	41
Consideración tiny house sobre el impacto ambiental.....	41
Figura Nro: 21 .....	42
Vista frontal de la tiny house propuesta .....	42
Figura Nro: 22 .....	43
Vista posterior de la tiny house propuesta.....	43
Figura Nro: 23 .....	43
Vista proyección de la tiny house propuesta .....	43
Figura Nro: 24 .....	45
Vista distribución interior de la tiny house propuesta.....	45
Figura Nro: 25 .....	46
Consideración del valor a pagar por una tiny house .....	46
Figura Nro: 26 .....	46
Consideración expertos sobre el valor a pagar por una tiny house .....	46
Figura Nro: 27 .....	47
Consideración sobre el terreno en el que construiría una tiny house.....	47
Figura Nro: 28 .....	49
Vista frontal de la distribución de la tiny house tipo MiHAoUZ .....	49
Figura Nro: 29 .....	49
Vista exterior de la tiny house MiHAoUZ .....	49
Figura Nro: 30 .....	50

Proyección de crecimiento del tipo de vivienda tiny house .....	50
Figura Nro: 31 .....	51
Búsquedas realizadas en google sobre términos AIRBNB y Hospedaje en Cuenca.....	51
Figura Nro: 32 .....	53
Consideración tipo de financiamiento para adquirir una tiny house .....	53
Figura Nro: 33 .....	58
Audiencia del uso de Facebook .....	58
Figura Nro: 34 .....	59
Facebook y la posibilidad de crear marketing digital.....	59
Figura Nro: 35 .....	61
Sitio web PRADO Tiny House .....	61
Figura Nro: 36 .....	62
Contenido sitio web PRADO Tiny House.....	62

## RESUMEN

En el presente trabajo se realizó con el objetivo de determinar la pertinencia de vivienda tipo *tiny house* en el mercado cuencano como una alternativa habitacional a la que ofrece el mercado inmobiliario de la ciudad, denota la importancia y necesidad de implementar la metodología Lean Startup en proyectos emprendedores permitiendo ajustar y diseñar el producto acorde a las necesidades de los potenciales clientes en cuanto a diseño y construcción. Los resultados alcanzados responden a las inquietudes planteadas en la propuesta y además, hace una relación con las características de mercado tales como: económicas, financieras, ambientales entre otras, presentes en las nuevas generaciones, a las que finalmente se ha propuesto una modelo de promoción y de venta.

**PALABRAS CLAVE:** microcasa, minicasa, lean startup, vivienda, mercado cuencano

## ABSTRACT

This work was carried out with the objective of determining the relevance of tiny house type housing in the Cuenca market as a housing alternative to that offered by the real estate market in the city. It highlights the importance and need to implement the Lean Startup methodology in entrepreneurial projects allowing to adjust and design the product according to the needs of potential customers in terms of design and construction. The results achieved respond to the concerns raised in the proposal and also make a relationship with the market characteristics such as: economic, financial, environmental among others, present in the new generations, to which finally a promotion and sales model has been proposed.

**KEY WORDS:** tiny house, lean startup, housing, Cuenca market.



A handwritten signature in blue ink is located in the bottom right area of the page. The signature is stylized and appears to be a set of initials or a name written in a cursive-like style.