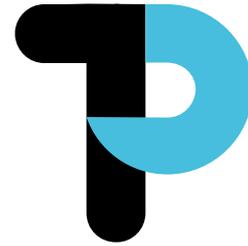


**TECNOLÓGICO**  
**UNIVERSITARIO**  
**PICHINCHA**



**Tecnología Superior en Administración**

**Tema: Modelo CANVAS para emprendimiento de soporte IT Barrio  
Colinas del Valle**

**Trabajo de titulación, bajo la modalidad de Proyecto Integrador,  
previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración**

**Autor: Oscar Alfredo Jaramillo Naspud**

**Tutor: Dra. Cadena, Evelyn**

**Quito, marzo 2023**

### **Constancia de aprobación de la tutora**

En mi calidad de Tutor del Proyecto: “Modelo CANVAS para emprendimiento de soporte IT Barrio Colinas del Valle” presentado por el/la estudiante Oscar Alfredo Jaramillo Naspud para optar por el Título de Tecnólogo Superior en Administración de Empresas, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, a los 14 días del mes de marzo del 2022.

Dra. Evelyn Cadena

CI: 0400920344

### **Declaración de Responsabilidad**

Yo, Oscar Alfredo Jaramillo Naspud, declaro que el trabajo “Modelo CANVAS para emprendimiento de soporte IT Barrio Colinas del Valle” es de mi autoría y no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, lo que indica que no existe institución o persona alguna que pueda tener interés en dicha obra, siendo absolutamente original y de exclusiva de responsabilidad legal por parte del autor(a).

El Instituto Tecnológico Superior Honorable Consejo Provincial de Pichincha, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, para su divulgación con fines educativos.

Oscar Alfredo Jaramillo Naspud

C.I: 1714388855

## **Dedicatoria**

Dedico este proyecto a mis familiares a quienes, con su apoyo, permitieron el logro de este propósito, el cual forma parte de una meta más alcanzada en mi vida, a mi hijo Oscar Mateo la bendición que Jehová designo para ser su mentor, a mis padres Laura María y Jorge Humberto por haberme encaminado con autoridad por las sendas correctas, a mis hermanos Miriam, Juan, Anita por estar presentes de manera incondicional en todo momento.

Oscar Alfredo Jaramillo Naspud

## **Agradecimiento**

Agradezco a Jehová por haberme dado la oportunidad con fortaleza, sabiduría e inteligencia para culminar esta etapa de mis estudios con éxito, sin claudicar ante todas las adversidades, a él la gloria y la honra.

Agradezco a todos los docentes del Instituto Tecnológico Universitario Pichincha, quienes con esmero compartieron día a día sus conocimientos necesarios para mi formación profesional como también personal, el agradecimiento especial para la Dra. Evelyn Cadena mi tutora, gracias por su entrega con profesionalismo de manera íntegra, por ser mi guía en este proceso del proyecto.

A mis compañeros, y amigos Johanna, Bryan, Stalin, Erika, Estefanía; quienes compartieron conmigo momentos gratos mientras realizábamos nuestras actividades académicas.

A mis familiares, agradezco el apoyo incondicional ya que fueron un pilar fundamental para lograr este propósito.

Oscar Alfredo Jaramillo Naspud

## Resumen

La presente investigación tiene por objetivo desarrollar un modelo CANVAS para un emprendimiento de soporte técnico informático en el barrio Colinas del Valle, sector Calderón mediante un estudio de mercado, para la implementación del servicio y atención a la demanda insatisfecha en el año 2022. Partiendo de la problemática de ¿Cómo satisfacer la demanda de los habitantes del barrio Colinas del Valle sector Calderón que tienen que trasladarse a sectores aledaños para encontrar servicio de soporte técnico informático? Esta investigación está basada en el enfoque mixto donde los resultados obtenidos luego de la tabulación permitirán visualizar la realidad de la investigación. El plan de acción basado en el marketing mix, ha permitido establecer una dirección para la innovación, mediante el servicio diferenciado con calidad total en constante cambio, lo cual conducirá al posicionamiento del negocio. La innovación constante a más de enfocarse en los productos también debe enfocarse en la atención al cliente, tiene que ser personalizada, con acompañamiento, y retroalimentación factores que nos diferencien de la competencia.

***Palabras clave:*** Modelo Canvas, marketing mix, emprendimiento

### **Abstract**

The objective of this research is to develop a CANVAS model for a computer technical support venture in the Colinas del Valle neighborhood, Calderón sector through a market study, for the implementation of the service and attention to unsatisfied demand in the year 2022. Starting from the problem of how to satisfy the demand of the inhabitants of the Colinas del Valle neighborhood, Calderón sector who have to move to neighboring sectors to find computer technical support service? This investigation is based on the mixed approach where the results obtained after the tabulation will allow to visualize the reality of the investigation. The action plan based on the marketing mix has made it possible to establish a direction for innovation, through differentiated service with total quality in constant change, which will lead to the positioning of the business. Constant innovation, in addition to focusing on products, must also focus on customer service, it has to be personalized, with support, and feedback, factors that differentiate us from the competition.

**Keywords:** Canvas model, marketing mix, entrepreneurship

## Índice de contenidos

Constancia de aprobación de la tutora .....	II
Declaración de Responsabilidad.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento .....	V
Resumen .....	VI
Abstract.....	VII
Índice de tablas de la encuesta.....	XII
Índice de tablas .....	XII
Índice de figuras de la encuesta.....	XIII
Índice de figuras .....	XIII
Introducción.....	14
Planteamiento del Problema: .....	14
Formulación del problema:.....	14
Objetivos.....	15
Objetivo general .....	15
Objetivos específicos:.....	15
Justificación .....	15
Línea y sublíneas de Investigación .....	16
Capítulo I .....	17
1.1    Fundamentación Teórica.....	17
1.1.1.    Empresa .....	17
1.1.2.    Empresa desde varios puntos de vista .....	17
1.1.3.    Definición de empresa .....	17
1.1.4.    Empresas y su clasificación.....	17
1.1.5.    Empresario.....	20

1.1.6.	Tejido empresarial en Ecuador PYMES.....	21
1.1.7.	PYMES Comercio electrónico y teletrabajo .....	22
1.1.8.	Mercado .....	22
1.1.9.	Tipos de mercado.....	22
1.1.10.	Emprendimiento .....	23
1.1.11.	Emprendedores y empresarios.....	23
1.1.12.	Innovación .....	24
1.1.13.	Negocio.....	24
1.1.14.	Tipos de negocios .....	25
1.1.15.	Modelo de negocios.....	26
1.1.16.	Modelo de negocio CANVAS .....	26
1.1.17.	Marketing mix .....	31
1.1.18.	El uso de la tecnología informática en el Ecuador .....	33
1.1.19.	Soporte técnico informático.....	35
1.1.20.	Diagnostico.....	35
1.1.21.	Mantenimiento de computadoras .....	35
1.1.22.	Mantenimiento preventivo.....	35
1.1.23.	Mantenimiento correctivo.....	36
1.1.24.	Barrio Colinas del Valle .....	36
1.2.	Marco conceptual .....	37
1.2.1.	Negocio.....	37
1.2.2.	Modelo de negocio .....	37
1.2.3.	Cliente.....	37
1.2.4.	Empresario.....	37
1.2.5.	Emprendimiento .....	37
1.2.6.	Emprendedor .....	38
1.2.7.	Soporte técnico informático.....	38

1.2.8. Innovación .....	38
Idea a defender .....	38
Capítulo II.....	39
2.1. Marco Metodológico .....	39
Diseño de la investigación.....	39
2.2. Tipos de investigación.....	39
2.2.1. Investigación de campo .....	39
2.2.2. Investigación exploratoria .....	40
2.3. Método de la investigación .....	40
2.3.1. Enfoque cuantitativo .....	40
2.3.2. Enfoque cualitativo .....	40
2.3.3. Enfoque mixto .....	41
2.4. Métodos.....	41
2.4.1. Método científico .....	41
2.4.2. Método analítico.....	41
2.4.3. Método inductivo .....	41
2.4.4. Método deductivo.....	42
2.4.5. Método analítico sintético .....	43
2.4.6. Método descriptivo.....	43
2.5. Unidad de análisis .....	44
2.6. Población y/o muestra .....	44
2.7. Técnicas de investigación.....	45
2.8. Encuesta .....	45
2.9. Análisis de resultados.....	45
Capítulo III .....	57
3.1. Propuesta .....	57
3.2. Objetivos de la propuesta .....	57

3.3. Diseño de la propuesta .....	57
3.3.1. Segmentos de mercados .....	57
3.3.2. Propuesta de valor .....	58
3.3.3. Canales .....	58
3.3.4. Relación con los clientes .....	59
3.3.5. Fuentes de ingresos .....	60
3.3.6. Recursos clave.....	61
3.3.7. Recursos financieros .....	62
3.3.9. Socios clave.....	63
3.4. Plan de acción.....	68
3.4.1. Definición de estrategias .....	68
3.4.1.1. Estrategia del servicio (producto) .....	68
3.4.1.2. Servicio de soporte técnico .....	68
3.4.1.3. Venta de productos de calidad con garantía.....	69
3.4.1.4. Estrategia del precio .....	70
3.4.1.5. Estrategia de la plaza.....	72
3.5. Promoción .....	73
Conclusiones.....	75
Recomendaciones .....	76
Bibliografía.....	77
Anexos .....	82
Anexo 1 .....	82
Certificado antiplagio .....	82
Anexo 2 .....	83
Cuestionario.....	83

### Índice de tablas de la encuesta

Tabla 1 Público objetivo.....	45
Tabla 2 Población .....	46
Tabla 3 Relación con el cliente .....	47
Tabla 4 Mercado Objetivo.....	48
Tabla 5 Segmentación de mercado.....	50
Tabla 6 Nicho de Mercado. ....	51
Tabla 7 Público objetivo.....	52
Tabla 8 Marcas de Computadoras .....	53
Tabla 9 Servicio al cliente diversificado .....	54
Tabla 10 Fuente de ingresos .....	55

### Índice de tablas

Tabla 1 Línea y sublíneas de Investigación.....	16
Tabla 2 Empresa por su forma jurídica .....	18
Tabla 3 Empresa por su tamaño .....	19
Tabla 4 Empresa por su actividad económica. ....	19
Tabla 5 Empresa por su constitución patrimonial. ....	20
Tabla 6 Detalle de la formula .....	44
Tabla 7 Segmento de mercado.....	55
Tabla 8 Relaciones con los clientes.....	59
Tabla 9 Fuente de Ingresos.....	61
Tabla 10 Costos Fijos (Pago personal) .....	64
Tabla 11 Costos Fijos (Indirectos) .....	64
Tabla 12 Ingresos y egresos .....	64
Tabla 13 Matriz modelo Canva .....	66
Tabla 14 Detalle de servicios y precios. ....	70
Tabla 15 Detalle de productos, garantía y precios.....	71

### Índice de figuras de la encuesta

Figura 1	Público objetivo .....	46
Figura 2	Población.....	47
Figura 3	Relación con el cliente. ....	48
Figura 4	Mercado Objetivo.....	49
Figura 5	Segmentación de mercado .....	50
Figura 6	Nicho de Mercado .....	51
Figura 7	Público objetivo . ....	52
Figura 8	Marcas de computadoras .....	53
Figura 9	Canales .....	554
Figura 10	Fuente de Ingresos.....	56

### Índice de figuras

Figura 1	Fases del canal Fuente y elaboración: Propia .....	28
Figura 2	Relación con el cliente .....	29
Figura 3	El marketing mix. Las 4P's .....	33
Figura 4	Método inductivo pasos .....	42
Figura 5	Método descriptivo pasos .....	43
Figura 6	Estrategia 1. Producto .....	69
Figura 7	Estrategia 2. Precio. ....	72
Figura 8	Estrategia 3. Plaza. ....	73
Figura 9	Estrategia 4, Promoción Fuente y elaboración: Propia .....	74

## **Introducción**

### **Tema:**

**Modelo CANVAS para emprendimiento de soporte IT Barrio Colinas del Valle.**

### **Planteamiento del Problema:**

La tecnología informática en la actualidad es un aspecto fundamental en cada uno de los hogares u oficinas, siendo la computadora una herramienta principal para el desarrollo de las tareas cotidianas, el uso frecuente de los equipos requieren mantenimiento continuo con el fin de evitar daños de funcionamiento, existen dos tipos de mantenimientos técnicos informáticos: mantenimiento preventivo y mantenimiento correctivo, por lo cual las personas al realizar mantenimientos periódicos mantendrá sus equipos informáticos en condiciones óptimas para el desarrollo de sus tareas, lo cual evitara que recurran a la compra de otro equipo ya que el elevado costo afectaría la economía del hogar.

En el barrio Colinas del Valle, parroquia Calderón, en situ se pudo observar que son escasos los negocios que ofertan servicios de soporte técnico informativo para equipos de computación, por lo tanto conversando con el señor Juan Pérez habitante del sector nos supo mencionar que la inexistencia del servicio en el sector le obliga a trasladarse hasta el centro de Calderón para satisfacer la necesidad, teniendo como resultado aspectos no favorables entre ellos: el tiempo que demanda en trasladarse, como también el dinero que gasta en pasajes, a eso debemos adicionarle el costo del mantenimiento.

Por lo tanto, se estima necesario la creación de un negocio de soporte técnico informático en el barrio Colinas del Valle sector Calderón, para satisfacer la necesidad generada de manera eficiente, eficaz y con calidad.

### **Formulación del problema:**

¿Cómo satisfacer la demanda de los habitantes del barrio Colinas del Valle sector Calderón que tienen que trasladarse a sectores aledaños para encontrar servicio de soporte técnico informático?

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Desarrollar un modelo CANVAS para un emprendimiento de soporte técnico informático en el barrio Colinas del Valle, sector Calderón mediante un estudio de mercado, para la implementación del servicio y atención a la demanda insatisfecha en el año 2022.

### **Objetivos específicos:**

- Sustentar teóricamente el desarrollo de un modelo CANVAS basado en fuentes bibliográficas actualizadas para su correcta aplicación en la implementación del emprendimiento de soporte técnico informático en el barrio Colinas del Valle sector Calderón.
- Diagnosticar la situación actual del problema aplicando la técnica de la encuesta para la determinación de la demanda insatisfecha de servicios de soporte técnico informático.
- Aplicar un modelo de negocio a través de la metodología CANVAS para la creación del centro de soporte técnico informático.

## **Justificación**

Con la implementación del emprendimiento de soporte técnico informático se estima satisfacer la necesidad de las personas que residen en el barrio Colinas del Valle sector Calderón, mediante los resultados obtenidos en un plan de negocios basado en el modelo CANVAS.

Este proyecto beneficiara a padres, madres e hijos que utilizan equipos computacionales en su hogar u oficina para realizar sus tareas cotidianas, lo cual genera demanda para el servicio de mantenimiento técnico informático con la finalidad de que sus equipos funcionen de manera óptima.

El servicio de soporte técnico informático permitirá obtener recursos económicos para el bienestar de quienes formaran parte del equipo colaborativo del emprendimiento, como también brindara su propuesta de valor con eficacia, eficiencia y calidad a los habitantes del sector.

## Línea y sublíneas de Investigación

**Tabla 1**

*Línea y sublíneas de Investigación*

<b>Línea de investigación de la carrera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario</li> </ul>
<b>Sublíneas de investigación de la carrera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimiento e innovación</li> </ul>

## Capítulo I

### 1.1 Fundamentación Teórica

#### 1.1.1. *Empresa*

Es muy importante para toda persona que trabaja en una empresa o que tiene la motivación de emprender, sepa la definición de empresa de esta forma tenga conocimiento de las características básicas, funciones, objetivos y elementos que lo componen.

#### 1.1.2. *Empresa desde varios puntos de vista*

Según (Ricardo Romero), define a la empresa como “el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a sus clientes.”

Según el diccionario de marketing, define a la empresa como “una unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad.”

Según el diccionario de la R.A.E. en una de sus definiciones menciona que la empresa es una “unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.”

#### 1.1.3. *Definición de empresa*

Es una institución económica de carácter pública o privada que se compone de varios elementos integrales como por recursos humanos, recursos financieros, recursos técnicos y recursos administrativos, enfocadas en la producción de bienes y/o servicios en busca de satisfacer las necesidades de los individuos que conforman la sociedad, pueden ser de lucro o no.

#### 1.1.4. *Empresas y su clasificación*

En Ecuador existen diferentes tipos de la clasificación de empresas, entre las cuales podemos detallar las siguientes: por su forma jurídica, por su tamaño, por su actividad económica, por su constitución patrimonial.

**Por su forma jurídica:** En Ecuador, de acuerdo a la ley vigente de compañías de nuestro país, se clasifican a continuación:

**Tabla 2***Empresa por su forma jurídica*

<b>FORMA O ESPECIE</b>	<b>N.º DE SOCIOS</b>	<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>ADMINISTRACION</b>
La compañía en nombre colectivo	2 o más personas naturales	Nombres de los socios o de alguno agregando las palabras “y compañía”	Aporte que cada socio entrega o promete entregar	Todos los socios o a quien se delegue entre ellos
La compañía en comandita simple	1 o varios solidarios e ilimitadamente responsables y otro y otros suministradores de fondos	Nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, agregando siempre las palabras “compañía en comandita”	Aporte de uno o varios comanditarios exclusivamente	Uno o varios socios solidariamente responsables
La compañía en comandita dividida por acciones	1 o + personas naturales solidarios y responsables y otra u otras personas naturales o jurídicas socios comanditarios	Nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, agregando siempre las palabras "compañía en comandita"	Aporte de uno o varios comanditarios en partes iguales y por lo menos la décima parte del capital social por parte de los socios comanditados	Uno o varios socios solidariamente responsables
La compañía de responsabilidad limitada	1 o más personas naturales o jurídicas que responden por las obligaciones	Denominación objetiva, añadiendo las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura	Aportaciones de los socios (no inferior al fijado Superintendencia de Compañías)	Junta General de Accionistas - Administradores o gerentes sujetos a su contrato y a la JGA.
La compañía anónima	1 o más personas naturales o jurídicas que responden por el monto de sus acciones	Denominación objetiva, añadiendo las palabras "Sociedad Anónima o Compañía anónima" o su correspondiente abreviatura	Aporte de los socios (según escritura de constitución y no inferior al fijado Superintendencia de Compañías)	Está a cargo de un Gerente, director, Administrador o cualquier otro que aparezca en el contrato social, denominado representante legal
La compañía de economía mixta	1 o más instituciones públicas + capital privado de una o más personas naturales o jurídicas.		Aporte público y aporte privado en las proporciones que se desee	Un Directorio que nombrara un Gerente
La compañía accidental o cuentas en participación	1 comerciante otorga la participación en pérdidas o		El del comerciante más los aportes de los partícipes	

	ganancias a una o más personas			
--	--------------------------------	--	--	--

Fuente: Guía de Administración

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Por su tamaño:** En Ecuador de acuerdo con su tamaño se clasifican a continuación:

**Tabla 3**

*Empresa por su tamaño*

FORMA O ESPECIE	ACTIVOS	N.º DE EMPLEADOS	COBERTURA
Micro	Cuenta con activos hasta un valor de 20.000,00 dólares.	Tiene menos de 10 empleados trabajando en la empresa.	Cubre una parte del mercado local.
Pequeña	Cuenta con activos menores a 100.000,00 dólares	Tiene menos de 20 empleados trabajando en la empresa.	Cubre una parte del mercado local o regional.
Mediana	Cuenta con activos menores a 250.000,00 dólares	Tiene menos de 100 empleados trabajando en la empresa.	Cubre una parte del mercado nacional, sin que por ello pueda cubrir los mercados regional o local.
Grande	Cuenta con activos mayores a 250.000,00 dólares	Tiene más de 100 empleados trabajando en la empresa.	Cubre una parte del mercado internacional, sin que por ello pueda cubrir los mercados nacional, regional o local.

Fuente: Guía de Administración

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Por su actividad económica:** En Ecuador a las empresas que se desarrollan por su actividad económica las detallamos a continuación:

**Tabla 4**

*Empresa por su actividad económica.*

FORMA O ESPECIE	CARACTERÍSTICA	EJEMPLO
Extractivas	Son las encargadas de proporcionar materia prima a otras industrias.	Pesca, agricultura, caza, explotación de bosques, canteras, etc.
Industriales	Se dedican a la producción de bienes, mediante la transformación de la materia prima a través de los procesos de fabricación.	Electricidad, textiles, alimentos, automotrices, etc.
Comerciales	Son empresas que se dedican a la compra y venta de productos terminados.	Almacenes, librerías, farmacias, supermercados, etc.
Financieras	Son aquellas empresas del sistema financiero que efectúan préstamos a personas y organizaciones.	Bancos, cooperativas, mutualistas, cajas de ahorro, etc.

De servicios	Se dedican a la prestación de servicios no tangibles.	Transporte, limpieza, soporte técnico informático, etc.
--------------	---	---

*Fuente:* Guía de Administración

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Por su constitución patrimonial:** En Ecuador de acuerdo a su constitución patrimonial o propiedad de los bienes las empresas pueden ser:

**Tabla 5**

*Empresa por su constitución patrimonial.*

FORMA O ESPECIE	CARACTERÍSTICA	EJEMPLO
Publicas	Las que se dedican a la producción de bienes y/o servicios sin que busquen lucro, y su capital está formado por aportes del Estado.	Ministerios, municipios, etc.
Privadas	Las que se dedican a la producción de bienes y/o servicios a la vez que buscan lucro, y su capital está formado por aportes de personas particulares.	

*Fuente:* Guía de Administración

Elaborado por: Oscar Jaramillo

### **1.1.5. Empresario**

Según, (De la Garza, 2006) el empresario es considerado como un promotor para el desarrollo económico, siendo la necesidad económica quien impulsa a asumir el reto para emprender, siendo un resultado dinámico que actúa en la sociedad.

También otras motivaciones para la concepción de un empresario se determinan a partir de la situación personal de acuerdo con las condiciones culturales, económicas y sociales de su entorno.

La definición de empresario cambia debido a la transformación del mercado, por lo cual el término empresario adquiere evoluciones. El empresario es el individuo innovador, que obtiene circulante a través de la venta o comunicación directa con el consumidor o cliente. La innovación es parte fundamental del empresario, es decir se preocupa por la fabricación de nuevos productos o servicios, abre nuevos mercados, nuevos métodos de administración.

El empresario es la parte fundamental de la consolidación de una empresa, es la identidad de la misma asume los retos de obtener la permanencia de una Pyme. Entre algunas características que debe tener un empresario podemos mencionar:

- Actitud individualista.
- Visión panorámica de los objetivos y de cómo obtenerlos.
- Acepta riesgos.
- Organización y cuidado del tiempo.

Es importante que el empresario actúe bajo las características mencionadas, ya que de esta manera obtendrá réditos económicos para su empresa o emprendimiento de productos o servicios.

#### ***1.1.6. Tejido empresarial en Ecuador PYMES***

La génesis de las microempresas surge desde las crisis de la economía mundial, en las décadas de los 80's y 90's, considerando también que algunas tuvieron sus inicios remotos en actividades como maquiladoras, talleres artesanales familiares y empresas medianas.

Según, (Jácome y King, 2013) las actividades de las primeras microempresas fueron la textil, la industria metálica, el transporte, extendiéndose de manera rápida la de servicios y comercio.

En Ecuador el tejido empresarial lo ocupan de la siguiente manera según los porcentajes para el año 2020, el 95% son (Mypimes), microempresas, pequeñas y medianas empresas. En cuanto al 5% restante quienes la ocupan son las empresas grandes, las empresas grandes tienen niveles de productividad y competitividad más alto que las contrapartes, al poseer modelos de negocios innovados, se permiten pagar salarios altos, acceden al comercio internacional para las exportaciones como también para las importaciones, sus procesos tecnológicos son eficientes.

En Ecuador 9 de cada 10 pymes realiza la inversión en tecnología, la implementación de tecnología en las pequeñas y medianas empresas son impulsadas por el comercio electrónico y teletrabajo.

En el año 2021 la pandemia del COVID -19 fue un factor relevante para que las empresas adopten la tecnología entre sus negocios, consistiendo esta inversión en equipos prioritarios como: computadoras; y software para el almacenamiento de la información.

### **1.1.7. PYMES Comercio electrónico y teletrabajo**

En la actualidad la cifra del 43% de las pymes en nuestro país trabajan; de manera presencial y remota es decir en modalidad híbrida, en términos técnicos informáticos se lo conoce como teletrabajo.

Mediante el comercio electrónico se ha visto reflejado un aproximado de USD 3.220 millones en ventas a año 2021, con tendencia de crecimiento en proyecciones entre el 20% y 40% con relación al año 2020.

Las herramientas tecnológicas fueron un factor importante para las empresas en la pandemia COVID – 19, explotando estos recursos en diferentes tareas como el teletrabajo, ventas digitales y compras, de manera remota gestionar procesos de producción.

### **1.1.8. Mercado**

Mercado es donde converge la oferta y la demanda es decir es el conjunto de compradores potenciales y reales de un producto o servicio. Por ejemplo:

El mercado de dispositivos tecnológicos, computadoras no está formado solamente por aquellos que requieren la herramienta tecnológica, sino que también está conformado por aquellos que estarían dispuestos a compararlo con disponibilidad de los medios suficientes para pagar su valor.

### **1.1.9. Tipos de mercado**

Según, Philip Kotler. En base al principio de la división del trabajo es como en la actualidad opera la economía moderna, en la cual cada individuo se especializa en la producción de un producto o servicio, recibe un pago, y con el dinero adquiere cosas que necesita. Por lo cual, los mercados son numerosos en la economía moderna.

Por lo tanto, existen varias clasificaciones de acuerdo con los diferentes mercados ordenándolos según su tipo, como se detalla a continuación:

- Desde el punto de vista geográfico.
- Según el tipo de cliente.
- Según la competencia establecida.
- Según el tipo de producto o servicio.
- Según el tipo de recurso.

**Mercado de servicios.** Está conformado por personas, empresas u organizaciones que requieren de beneficios, actividades o satisfacciones las cuales puedan ser objeto de transacción. Por ejemplo, el servicio de seguridad privada, servicio de limpieza, servicio de soporte técnico informático.

#### ***1.1.10. Emprendimiento***

Para entender extensamente el significado en relación al emprendimiento, es importante exponer de donde proviene la palabra en idioma francés “entrepreneuriat” su significado es: “hacer algo” el término fue usado en la edad media para “aquel individuo que consigue las cosas haciéndolas de forma activa.”

Según Moncayo, (2009, p.41) emprendimiento es la forma de pensar, razonar y actuar, tomando en cuenta las oportunidades hacia la creación de riqueza, abordado la visión de manera global mediante el liderazgo equilibrado, calculando el riesgo teniendo como resultado la propuesta de valor lo cual beneficia a la empresa, a la sociedad y a la economía.

#### ***1.1.11. Emprendedores y empresarios***

En el siglo XVII se acuña el termino entrepreneur que significa “emprendedor” lo cual se traduce literalmente como “mediador.” El término se refiere a los hombres que dirigían y organizaban expediciones, exploraciones y maniobras militares.

Según, García, Álvarez y Reina (2007) manifiestan que el emprendedor es un sujeto dinamizador del desarrollo económico, por lo tanto, es importante que la figura del emprendedor sea uno de los campos de la investigación en la administración de empresas.

El diccionario de la real academia de la lengua indica las siguientes definiciones:

- Emprendedor. Que emprende con resolución acciones dificultosas.
- Empresario. Titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa.

En Latinoamérica uno de los países más emprendedores es Ecuador, lo cual no quiere decir que todas las ideas de negocio en la praxis sean exitosas, ya que los emprendimientos no tienen más de seis meses de creación. Uno de los factores de lo mencionado es que los negocios surgen por la necesidad y no dé la oportunidad.

Según, Global Innovation Index (2020). Ecuador ocupa el puesto 99 en Latinoamérica de emprendedores innovadores, la causa es que no se enfocan en los mercados nicho. El cual consiste en identificar, analizar las necesidades de las personas, empresas o grupos, teniendo como resultado la creación de soluciones diferentes a las que ya existen.

#### ***1.1.12. Innovación***

Es el proceso mediante el cual la empresa de producción o servicios genera procesos, productos y mercados, en un entorno para adaptarse, generando ventajas sostenibles y competitivas.

A lo largo del tiempo la innovación en su definición ha tomado diferentes formas, tomando en cuenta que los autores han enfatizado aspectos relevantes.

Shapiro (2005) innovación es la capacidad que tiene una empresa para seguir generando valor mediante el cambio rápido y repetido. El objetivo es situarse delante de la competencia no solo con nuevas ideas, sino con la habilidad de evolucionar en la organización y todos sus niveles, de esta manera conseguir una importante ventaja competitiva.

#### ***1.1.13. Negocio***

Se considera negocio a la ocupación, actividad o método que tiene como objetivo obtener un rédito económico o utilidad.

Por lo tanto, mediante la actividad económica se busca obtener utilidades, mediante varias actividades consideradas en el intercambio o venta de productos como también servicios, los cuales satisfagan las necesidades de los clientes. En la cadena de producción existen etapas como: extracción de recursos, manufacturación o fabricación, distribución, bodegaje o almacenamiento y venta.

El término negocio viene del latín “negotium,” formado por las palabras nec y otium, siendo su significado; “lo que no es ocio”. Es decir, la palabra negocio se trata del trabajo, el quehacer o la ocupación buscando fines de lucro. (Gardey, 2009).

También un local comercial puede ser un negocio en el cual se venda bienes o servicios, estos pueden ser: restaurantes, farmacias, boutique, local de soporte técnico informático, entre otros, su principal objetivo es obtener ganancias también conocido como lucro.

La necesidad insatisfecha o escasez de un producto o servicio son factores que permiten el surgimiento de un negocio, convirtiéndose en una oportunidad para ofertarlos mediante los recursos que sean necesarios para iniciar las actividades.

#### ***1.1.14. Tipos de negocios***

Los negocios de acuerdo con su génesis pueden clasificarse en diferentes tipos:

- **Nacional o internacional.** El negocio inicia sus actividades dentro de un país o nación, lo cual lo define como negocio nacional. Al momento que el negocio se expande llevando sus actividades fuera de las fronteras, se lo define como internacional.
- **Físico u online.** En la actualidad la globalización ha permitido el acceso a la tecnología de comunicaciones conocida como internet, permitiendo que los negocios brinden sus servicios de manera virtual excluyendo la infraestructura física.
- **Según su actividad económica.** De acuerdo a su actividad económica, los negocios se pueden agrupar en tres tipos grandes de sectores:
  - Primario.** Su actividad principal, se refiere a la extracción de materias primas. Por ejemplo: Petróleo, pesca, minería, ganadería, entre otros.
  - Secundario.** Su actividad consiste en la transformación de insumos en servicios y bienes. Por ejemplo. Fábrica de alimentos, textiles, vinos, entre otros.
  - Terciario.** Su actividad principal está relacionada con servicios. Por ejemplo. Limpieza, transporte, soporte técnico informático, entre otros.
- **De acuerdo a su forma jurídica.** Las más comunes son las siguientes:
  - Individual.** Persona, emprendedor o empresario por cuenta propia.
  - Sociedad Limitada.** Constituida por uno o más socios, los cuales aportaran trabajo y capital.
  - Sociedad anónima.** Formada por varios socios que tienen participación en la empresa. (Roldan, 2017)

### ***1.1.15. Modelo de negocios***

Según, Peter Drucker (1984) es uno de los pioneros en proponer que un modelo de negocios en una empresa es la forma como se lleva a cabo un negocio.

Planea un modelo que enfatice al cliente, que evalúa, cual es la lógica escondida, para conocer cómo podemos aplicar valor agregado al cliente mediante un costo apropiado.

El modelo de negocio tiene la capacidad de transformar el conocimiento en rédito económico, señalando importante la aplicación del conocimiento como tecnología en conjunto con las habilidades humanas.

### ***1.1.16. Modelo de negocio CANVAS***

De acuerdo a su creador Alexander Osterwalder, consiste en una herramienta que contiene un esquema sencillo mediante la cual se puede analizar el negocio que se va a crear, que ha sido creado o que ha fracasado, para aplicar varias técnicas de innovación y mejora continua. (Pigneur, 2011)

El modelo CANVAS permite que el negocio o emprendimiento tenga una visión general, como también cuales son las innovaciones y cambios que se debe realizar, proyectándose a corto plazo y mediano plazo.

Siendo para algunos negocios o emprendimientos un referente que ha permitido transformar la forma en que se percibían y hacían los negocios, que sobreestimaba realizar un vasto plan de negocios omitiendo la primera relación entre inversionista y emprendedor.

Desde el aspecto general, el método CANVAS es un acertado punto de partida, permite de manera lógica el pensamiento estratégico en los negocios o emprendimientos, mediante una forma organizada que permite detectar las relaciones entre varios aspectos de un modelo de negocios.

Esta metodología se compone de nueve módulos detallados a continuación:

#### **Segmento de mercado.**

La segmentación es importante para el mercado, identificar un grupo de personas como también entidades para la actividad a desempeñar, lo cual dependerá del tipo de negocio o emprendimiento, ya que el modelo de negocio, producto o servicio pueden cambiar en relación de los clientes.

La segmentación permitirá definir los clientes que la empresa desea atraer, con aspectos referentes con algunos criterios como la edad, su capacidad de compra, sus gustos, frecuencia de compra, lugar donde residen.

Teniendo como base la segmentación en una investigación permite definir los clientes potenciales con características específicas, llevando a desarrollar la propuesta de valor.

### **Propuesta de valor**

La propuesta de valor permite solucionar los problemas de los clientes como también satisfacer sus necesidades, el modelo consiste en un conjunto de servicios y productos generando valor para la satisfacción al segmento de mercado identificado. (Guzmán & Oleas, 2018).

El éxito de un negocio o emprendimiento es alcanzar la satisfacción y confianza del cliente, cumpliendo las expectativas mediante una propuesta que se adapte a sus necesidades generando bienestar personal. Es importante enfocarse en la diferenciación brindando la atención personalizada con calidad, obteniendo de esta manera una ventaja competitiva frente a la competencia.

Para realizar una propuesta de valor acertada es esencial tomar en cuenta los siguientes factores:

- **Diversificación.** La oferta diversificada permite desarrollar una ventaja competitiva para obtener su fidelidad, clientes fidelizados.
- **Personal capacitado.** La certificación de competencias como el know how, permitirá la atención acertada para la solución de problemas.
- **Nuevas tendencias.** Mantenerse siempre al día con nuevas tendencias, innovación en productos o servicios, será primordial para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes.
- **Selección de productos.** Es importante la selección de productos mediante los proveedores, mientras se ofrezcan productos y marcas de calidad se logrará la confianza del cliente.

### **Canales de distribución.**

También llamados canales de ventas están determinados por varias etapas a través de las cuales un producto o servicio llega al consumidor o cliente final. El

desarrollo de un sistema de intermediación entre el negocio o emprendimiento y el consumidor eficaz es el éxito para los canales de distribución.

Por lo tanto, Los canales de distribución tienen un rol muy importante entre la relación negocio o emprendimiento – cliente. Acotando la frase “una atención oportuna, un cliente satisfecho.”

Los canales de distribución para productos o servicio en un negocio o emprendimiento pueden ser:

**Canal directo.** Consiste en la venta directa que consta de dos elementos:  
Empresa fabricante – consumidor final.

Ejemplo.

Servicios bancarios, mercados de abastos, máquinas expendedoras.

**Canal indirecto.** Consiste cuando hay intermediarios, entre la relación proveedor – cliente.

Ejemplo.

Tiendas de barrio, agencias de viajes, franquicias como Mc Donald’s.

Los canales permiten que el negocio o emprendimiento permitan dar a conocer sus productos o servicios, como también la propuesta de valor, de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes.

### Fases del canal

Los canales se componen de cinco fases diferentes, necesariamente no siempre todos se cumplen. Existe diferencia entre canales directos e indirectos, así como entre canales propios y socios comerciales.

**Figura 1**  
*Fases del canal*



*Fuente:* Canales de distribución

Elaborado por: Oscar Jaramillo

## Relación con el cliente

Permite establecer los tipos de relaciones de acuerdo con cada segmento de clientes, siendo estas relaciones personales cara a cara, telefónicas, entre otras, automatizadas mediante el uso de la tecnología, e-mail, WhatsApp, entre otros, por terceros denominada externalización de servicios, individuales es decir personalizadas, colectivas mediante las comunidades de usuarios.

Lo importante mediante este aspecto es como conectar la propuesta de valor con el cliente. Teniendo como resultado la percepción generada en el cliente mediante la marca.

El objetivo triple del modo de la relación con los clientes.

### Figura 2

*Relación con el cliente*



*Fuente:* Relación con los clientes

Elaborado por: Oscar Jaramillo

La asistencia personal es importante es decir la interacción humana, permitiéndole al cliente acceso a un colaborador del servicio de atención al cliente o consumidor, el cual brindara asistencia en el proceso de la venta o luego.

### **Fuentes de ingresos**

Es uno de los aspectos principales conocer las fuentes de redito económico, se debe establecer a priori, por lo tanto, antes de empezar el negocio o emprendimiento se debe conocer las fuentes de ingresos que este tendrá.

Hay que tomar en cuenta que todo negocio o emprendimiento tiende a evolucionar de esta manera el modelo también, entre más ventas se realice, se obtendrá más ingresos, conllevando a más gastos, pero generando beneficio para la reinversión.

Existen diferentes formas para generar los ingresos, entre las cuales se pueden describir las siguientes: venta de activos, cuota por uso, cuota de suscripción, préstamo o alquiler, entre otros.

### **Recursos clave**

Permite crear y ofrecer la propuesta de valor del negocio o emprendimiento, para ser parte del mercado, estableciendo relaciones con los segmentos del mercado, de esta manera obtener ingresos.

Los recursos clave de un negocio o emprendimiento pueden ser intelectuales, económicos, físicos o humanos.

Para la ejecución del objetivo, el negocio o emprendimiento debe identificar cuáles de estos recursos claves serán necesarios para la puesta en marcha.

### **Actividades clave**

Son parte fundamental del negocio o emprendimiento, dependerá de las actividades clave para que el trabajo se transforme en el modelo de negocio. Entre las actividades clave posibles se tendrá: la propuesta de valor, fuentes de ingresos, relaciones con los clientes, canales de distribución entre otras.

### **Asociaciones clave**

Los negocios o emprendimientos deberán optimizar su modelo de negocios, por lo tanto, será importante encontrar varios motivos para asociarse con otros negocios o emprendimientos, para generar la reducción de riesgos también adquirir recursos. Se realizará mediante cuatro tipos: Alianzas estratégicas con los negocios o emprendimientos no competidores, cooperación entre negocios o emprendimientos competidores, empresas conjuntas para crear negocios nuevos, relaciones entre cliente – proveedor garantizando la fiabilidad de los suministros.

### **Estructura de costos**

Es una parte sustancial ya que permitirá el óptimo funcionamiento del negocio o emprendimiento con el objetivo de obtener estabilidad financiera, todo dependerá que

los ingresos sean mayores que los costos, por lo tanto, debe contar con una clara estructura de costos, los principales costos pueden ser: costos fijos y costos variables.

Para el buen manejo de los costos es importante tener desarrollado un presupuesto, permitirá detallar los principales costos necesarios para trabajar con el modelo de negocio elegido.

### ***1.1.17. Marketing mix***

Es la conocida teoría de las 4p's, según Philip Kotler corresponden a la adecuación de un producto o servicio por parte de una empresa o negocio para servir al mercado, es decir las personas, tomando en cuenta los parámetros como: producto, precio, plaza, promoción.

Se enfoca en cumplir las necesidades como también las exigencias de los clientes, quienes estarán interesados en: el producto, precio, plaza y promoción, direccionando de esta manera al cliente fijarse en el producto, esta estrategia es muy conocida y aplicada ya que permite alcanzar los objetivos.

#### **Precio**

Este factor lo determina el mercado al que se enfoca en el producto o servicio que se va a ofertar, convence al consumidor antes de adquirirlo brinda por lo general está asociado con la calidad, es el único factor que genera ingresos, para llegar a determinar el precio, el negocio tendrá que tomar en cuenta lo siguiente:

- Los costos de producción o distribución.
- Los elementos del entorno, es decir la competencia.
- Los objetivos establecidos.

#### **Producto**

Este factor es lo que el cliente recibe a cambio por su costo monetario lo cual se enfoca en satisfacer la necesidad del cliente, es muy importante que cumplan con las exigencias del cliente, cumplan estándares de calidad, para que se cumpla la política de producto se debe incluir en el estudio los siguientes elementos:

- La cartera de productos o servicios.
- La diferenciación.
- La marca.

- La presentación.

### **Plaza (distribución)**

Es la forma correcta de como llegara los productos o servicios al cliente, por lo tanto, debe ser muy adecuado a las necesidades, entregando en el momento y lugar adecuado.

Cabe recalcar la importancia de cómo se oferta el producto o servicio para que sea adquirido o el cliente tenga la intención de compra, para lo cual debemos tomar en cuenta los siguientes elementos:

**Canales de distribución.** Aquí se encuentran implicados los agentes que permiten llevar los productos desde el proveedor hasta el consumidor.

**Planificación de la distribución.** Aquí intervienen los agentes mayoristas, minoristas; quienes implementaran la metodología de cómo hacer llegar los productos a los consumidores.

**Distribución física.** Aquí intervienen los agentes utilizados como también las formas de transporte, niveles de stock y ubicación de almacenes.

**Merchandising.** Se relaciona con el punto de venta directamente, consiste en la presentación del producto, del establecimiento, la publicidad y la promoción del producto o servicio. Factores importantes que permitirán a que el cliente decida en comprar el producto o servicio.

### **Promoción**

Conocida como la estrategia que permite dar a conocer el producto o servicio que por lo general es nuevo en el mercado, enfocándose en que tenga acogida necesaria para luego pasar a la fase del posicionamiento.

Tiene 3 objetivos fundamentales, informar las características del producto o servicio, los beneficios, con la finalidad que recuerde la marca del mismo. Existen varios instrumentos que forman parte de la información:

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- La venta personal.
- La promoción de ventas.
- La mercadotecnia directa.

**Figura 3**  
*El marketing mix. Las 4P's*



*Fuente:* Las 4Ps del marketing

*Elaborado por:* Oscar Jaramillo

### ***1.1.18. El uso de la tecnología informática en el Ecuador***

Ecuador luego de haber superado la pandemia, teniendo en mayor cantidad los efectos de propagación que conllevó el COVID 19, siendo uno de sus factores principales la cantidad de población urbana que es de 17.77 millones de habitantes siendo el 64,3% del total de habitantes, marcando de esa manera una diferencia en relación a otros países latinoamericanos. El porcentaje restante, es la población rural con el 35,7%, de los cuales apenas el 16% tiene acceso a internet.

Sin embargo, Ecuador reporta un crecimiento en el acceso a las redes sociales mediante el internet, teniendo en la actualidad a 14 millones de personas con perfiles en redes sociales y 10.17 millones usan el internet.

La red social preferida por los usuarios es Facebook realizando 8,83 páginas por visita. El 52,6 % de usuarios utiliza laptops y computadoras de escritorio para tener acceso a las páginas web, siendo las más visitadas: Facebook.com, youtube.com.

Según el director general de la Cámara de comercio Electrónico (CECE), también cabe acotar que el número de compras online se duplicó en los días de cuarentena resultado del confinamiento, la tendencia a la compra sigue creciendo.

El mercado del comercio electrónico llegó a 2.3 millones en volumen de negocio, con una proyección de USD 700 millones es decir el 43.75%, con relación al año 2021. Con estos resultados existe una tendencia de crecimiento del e-commerce, pero deben realizar algunos ajustes en sus procesos como la simplificación, dentro de las plataformas de compraventa, inversión, control.

La computadora se ha convertido en una herramienta esencial para los hogares en la actualidad, con el apareamiento del teletrabajo, la educación virtual, compras en línea, experiencias, que se adoptaron en el lapso del confinamiento a causa de la pandemia COVID 19, generando un nuevo paradigma en la vida de las personas, facilitando el desarrollo de tareas o actividades, de esta manera permitiendo optimizar tiempo, pero también en las máquinas o equipos, se ven reflejados riesgos de funcionamiento, cuando sufren algún daño en sus componentes físicos denominados hardware, en cuanto a los componentes lógicos denominados software presentando errores de procesamiento lógico visual.

Estos factores conllevan al requerimiento de acudir a un centro de servicio de soporte técnico informático de hardware y software, convirtiéndose en una necesidad relevante para los usuarios que dependen de las computadoras en sus actividades cotidianas, por lo cual, los usuarios deben buscar un centro de soporte técnico informático, ingresando el equipo solicitando el diagnóstico técnico que será emitido por el profesional de soporte técnico informático.

De esta manera nace la idea de negocio o emprendimiento, con la propuesta que consiste en brindar servicio de soporte técnico informático de hardware y software, en el barrio Colinas del Valle, sector Calderón. Teniendo en cuenta la veracidad en el diagnóstico técnico, mediante el informe técnico de un profesional, ofreciendo de manera integral los repuestos o cambios lógicos requeridos para su mantenimiento, manteniéndose con precios equilibrados en relación a la competencia existente, la cual se convierte en un factor de oportunidad, la innovación en el servicio se verá reflejada en la forma de saber, saber hacer, saber ser, brindando soporte, es decir el cliente sienta que en el servicio tiene un respaldo con quien contar, generando competitividad, con la planificación ajustada a la entrega de trabajos de manera puntual, la atención al cliente será con calidez de manera íntegra demostrando transparencia en el servicio, para resolver las necesidades de los clientes, con eficiencia.

### ***1.1.19. Soporte técnico informático***

El soporte técnico es un término reflejado en respaldo, acompañamiento es decir obteniendo en los clientes (usuarios denominados en términos técnicos informáticos), percibir a un aliado estratégico cuando un problema o varios se presenten en sus equipos informáticos, siendo, laptop, computador de escritorio, all in one, Tablet pc, entre otros.

### ***1.1.20. Diagnostico***

Es el análisis que se realiza en los equipos informáticos, mediante la exploración basándose en hipótesis que permiten determinar las posibles causas a daños reflejados.

Podemos mencionar 2 tipos de diagnóstico en relación con equipos informáticos: diagnóstico de hardware y diagnóstico de software.

El diagnóstico de hardware se basa fundamentalmente en detectar las fallas electrónicas de los componentes de un equipo informático.

El diagnóstico de software se basa fundamentalmente en detectar las fallas en el sistema operativo y aplicaciones que forman parte de un equipo informático.

### ***1.1.21. Mantenimiento de computadoras***

El mantenimiento de computadoras es uno de los servicios integrales que es parte del soporte técnico informático, dentro de los cuales se presentan varios factores que pueden ocasionar su requerimiento, describiendo algunos: tiempo excesivo de uso de los equipos informáticos sin haber recibido un mantenimiento, caídas o golpes, ataques cibernéticos, mal uso o descuido por parte el usuario, desconocimiento, entre otros.

En el mercado para el mantenimiento de equipos informáticos existen 2 tipos: mantenimiento preventivo y mantenimiento correctivo.

### ***1.1.22. Mantenimiento preventivo***

Como su nombre lo indica, consiste en prevenir a futuro algún daño de hardware o software, mientras el equipo informático se encuentre en funcionamiento en un lapso determinado. Para lo cual se requiere acompañamiento planificado de un profesional técnico informático, quien realizara periódicamente visitas técnicas preventivas, de forma presencial o virtual de acuerdo con el requerimiento.

### ***1.1.23. Mantenimiento correctivo***

Consiste en realizar correcciones de hardware o software, ocasionadas por varios factores, el mantenimiento correctivo demanda de un diagnóstico técnico informático como también de un diagnóstico técnico electrónico exactos, luego de obtener los resultados, el cliente es comunicado, para proceder a la corrección de los errores presentados, los cuales pueden ser de hardware o software.

Cuando los errores presentados son de hardware, se procede al cambio o reparación del dispositivo que no se encuentra operando debidamente, entre los dispositivos podemos mencionar: tarjeta madre, pantalla, teclado, disco duro, memoria RAM, cámara web, microprocesador, entre otros.

Cuando los errores presentados son de software, se requiere realizar el respaldo total de los datos, para luego proceder a la corrección del software, por lo general los errores son el resultado de: licencia de antivirus vencida, ataques cibernéticos denominados ransomware, malware, entre otros.

Los sistemas de un equipo informático se componen de manera integral en sistemas operativos, sistemas aplicativos, navegadores, utilitarios cualquiera de ellos puede sufrir un desperfecto, lo cual ocasiona, la operatividad ineficiente, generando malestar en el usuario.

Con el objetivo de brindar una experiencia diferenciada al cliente, es acertado ofrecer el servicio de soporte técnico informático, de manera planificada programando las visitas técnicas periódicas, tener la relación directa con el cliente mediante los canales de comunicación para ofrecer el respaldo de manera virtual, a corto plazo luego de la implementación del negocio o emprendimiento planteado, crear un sistema de gestión como uno de los aspectos de calidad al servicio, para asistir de forma eficiente a los clientes, y así mantener la fidelización.

### ***1.1.24. Barrio Colinas del Valle***

El emprendimiento de soporte técnico informático mencionado, se considera que brindara sus servicios en el barrio Colinas del Valle, mediante la conversación in situ mantenida con la señorita Rubí Bravo, secretaria actual de la casa comunal, se permite brindar la información: el barrio ubicado al este de la parroquia de Calderón, conformado por 700 lotes, los cuales se encuentran en su mayoría ya habitados, su población aproximadamente es de 3.231 habitantes. El sector cuenta con los servicios

básicos como también con accesos de adoquín en sus calles principales y secundarias, sus límites son:

Norte. Calle la loma grande.

Sur. Calle Abdón Calderón.

Este. Calle la Laguna.

Oeste. Calle el Valle.

En la actualidad cuenta con una línea de transporte correspondiente a los sistemas de alimentación del trolebús, la calle Madrid es la considerada una calle principal, en donde se puede apreciar una variedad de negocios.

## **1.2. Marco conceptual**

### **1.2.1. *Negocio***

Es cualquier actividad, método u ocupación que permite generar ingreso económico, su objetivo es obtener utilidades mediante la venta de productos o servicios, para satisfacer las necesidades de los clientes.

### **1.2.2. *Modelo de negocio***

Consiste en una herramienta que se desarrolla antes del plan de negocios, para conocer de una manera clara el tipo de negocio a crear para introducir al mercado, tomando en cuenta el segmento a cuál va dirigido, las estrategias de venta y de qué forma se van a conseguir los ingresos.

### **1.2.3. *Cliente***

Se considera cliente a la persona o entidad que adquiere bienes o servicios a un negocio, emprendimiento o empresa mediante la compra de estos.

### **1.2.4. *Empresario***

Es la persona encargada de direccionar y gestionar una empresa, compañía o industria, con el objetivo de obtener réditos económicos.

### **1.2.5. *Emprendimiento***

Es la iniciativa de una persona para convertir una idea innovadora en la oportunidad de negocio para la necesidad del mercado, exponiéndose al riesgo, usando la creatividad, visión, habilidades y persistencia.

### ***1.2.6. Emprendedor***

Es la persona con la capacidad de identificar oportunidades de negocios, mediante el uso de varios recursos pone en marcha la idea, convirtiéndola en realidad, asumiendo riesgos económicos o financieros.

### ***1.2.7. Soporte técnico informático***

Es la asistencia técnica eficaz que brinda un profesional a sus clientes, mediante la solución de problemas, para el óptimo funcionamiento de los componentes principales en dispositivos computacionales denominados hardware y software.

### ***1.2.8. Innovación***

Es el proceso en el cual se transforman ideas, productos, servicios que ya existen en el mercado, el objetivo es mejorarlos generando impacto en el mercado. Se enfoca en encontrar las oportunidades para ofrecer soluciones no satisfechas a los clientes.

### **Idea a defender**

El desarrollo de un modelo CANVAS para un emprendimiento de soporte técnico informático, contribuirá a satisfacer la necesidad del servicio en el barrio Colinas del Valle, para generar ingresos económicos, creando oportunidades de expansión del servicio en la zona.

## Capítulo II

### 2.1. Marco Metodológico

#### Diseño de la investigación

La investigación es un proceso sistemático y cuidadoso con la finalidad de la solución de problemas, de manera organizada garantiza emitir juicios lógicos, como también alternativas viables para encontrar solución, profundizando y generando conocimiento.

La investigación científica nace para solucionar los problemas de la cotidianidad que se presentan, siendo necesaria para el ser humano. Para realizar la investigación es necesario un método, mediante el cual se realizarán los procesos de forma adecuada, logrando acceder a resultados de los fenómenos que nos preocupan para poder interpretarlos.

En la actualidad existen dos enfoques esenciales, mismos que lograron su posicionamiento en el siglo XX, mientras tanto aparece en el siglo XXI una tercera opción siendo probada y demostrada conocida como enfoque mixto, es decir el resultado de estudios cuantitativos y cualitativos de la investigación científica.

### 2.2. Tipos de investigación

Para el desarrollo de la presente investigación, se sugiere utilizar el razonamiento inductivo, los cuales a través del estudio podemos coger hechos particulares mediante la observación de la población, determinada en el barrio Colinas del Valle, sector Calderón, lo cual permitirá describir una conclusión general para la aplicación del método CANVAS, el cual se va a implementar para un negocio o emprendimiento de soporte técnico informático.

#### 2.2.1. Investigación de campo

Consiste en recolectar datos directamente de los individuos investigados, o en el espacio físico in situ donde ocurren los hechos denominados datos primarios, sin alterar ninguna variable, por lo cual, el investigador consigue la información sin alterar las condiciones reales existentes, por lo tanto, el carácter de la investigación no es experimental.

Tomando en cuenta el diseño de la investigación, se ha considerado aplicar la investigación de campo, obteniendo la información o datos de las fuentes primarias,

quienes serán los posibles clientes, ya que se realizará el estudio sistemático de varios hechos de la población tomada en cuenta para el estudio.

### **2.2.2. Investigación exploratoria**

Tomando en cuenta el objeto del estudio, se realizará la investigación de tipo exploratoria, llevando a cabo el estudio exploratorio bibliográfico, teniendo como base el modelo del negocio CANVAS.

En base a la investigación exploratoria, se describe el mercado potencial para los clientes dentro del marco de necesidades para la solución de problemas de hardware y software, en los equipos informáticos, así también comprender el comportamiento de los posibles clientes potenciales, enfocándose en sus deseos como sus necesidades.

## **2.3. Método de la investigación**

### **2.3.1. Enfoque cuantitativo**

Este proceso se enfoca en las mediciones numéricas, usa los análisis estadísticos, mediante el proceso de observación recoge datos los cuales son analizados para obtener respuesta a las preguntas de investigación.

Es deductiva e implica encuestas, experimentación, relación entre variables, preguntas e hipótesis, recolección de datos al finalizar el investigador debe diseñar instrumentos que midan los datos de la muestra.

Mediante el método correspondiente se llevará a cabo en el estudio se utilizará el instrumento del cuestionario para la recolección de datos, con la finalidad obtener los resultados numéricos, los cuales permitirán el análisis e interpretación, luego de realizar la tabulación correspondiente.

### **2.3.2. Enfoque cualitativo**

Es un enfoque humanista, consiste en obtener los puntos de vista y perspectivas de los participantes, es decir sus experiencias, emociones, significados y algunos otros aspectos subjetivos. Es inductivo e implica la inmersión inicial del campo, la interpretación contextual, la flexibilidad, preguntas, recolección de datos.

De acuerdo al método correspondiente, se utilizará el instrumento de la encuesta, para obtener datos de la realidad humana y sus respectivos aspectos, luego los resultados obtenidos tabularlos e interpretarlos de acuerdo al objetivo de la investigación.

### ***2.3.3. Enfoque mixto***

Es un proceso que recolecta, analiza, y visualiza datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio, el trabajo es conjunto entre el enfoque cuantitativo y cualitativo, lo cual permite entender la realidad que se investiga de forma integral. Consiste en aprovechar las fortalezas y beneficios de cada enfoque.

En la investigación a realizarse es importante el enriquecimiento de los dos enfoques, los resultados obtenidos luego de la tabulación permitirán visualizar la realidad de la investigación.

## **2.4. Métodos**

### ***2.4.1. Método científico***

Según el concepto la palabra método proviene del término en griego: *methodos* que significa camino o vía, es decir en referencia al medio que se usa para llegar a una meta.

En cuanto a la palabra científico, es un adjetivo vinculado a la ciencia, siendo el conjunto de procedimientos y técnicas para producir conocimiento.

### ***2.4.2. Método analítico***

Conocido también en algunas publicaciones como método empírico, en este método, la lógica es parte fundamental del conocimiento, es una característica enfocarse en las ciencias naturales, sociales o humanas y en las ciencias descriptivas, es el método más utilizado, ya que se basa en la lógica empírica.

### ***2.4.3. Método inductivo***

Permite sacar conclusiones generales a partir del conocimiento, su característica principal es que va de lo específico a lo general, por lo tanto, teniendo varios conocimientos particulares se concluye en un solo conocimiento de forma general o conclusión. A estos conocimientos se los conoce como premisas, el método inductivo parte de la observación para llegar a teorías, las etapas de este método son: observación, captación o patrón, desarrollar una teoría o conclusión.

**Figura 4***Método inductivo pasos*

*Fuente:* Método inductivo

Elaborado por: Oscar Jaramillo

En el estudio realizado, usaremos el método inductivo, según los datos porcentuales descritos, podemos observar (observación) que la tecnología de equipos informáticos en la actualidad es una herramienta esencial en gran porcentaje de los hogares en nuestro país, para realizar las tareas cotidianas, (captación o patrón) lo cual requiere que los equipos informáticos se encuentren en óptimas condiciones para su funcionamiento, llegando a la conclusión (teoría o conclusión) que por varios factores estén expuestos a daños, por lo tanto los equipos informáticos van a requerir la asistencia de soporte técnico informático.

#### ***2.4.4. Método deductivo***

El método deductivo es un enfoque lógico en el que progresas desde ideas generales hasta conclusiones específicas. A menudo se contrasta con el razonamiento inductivo, donde comienzas con observaciones específicas y llegas a conclusiones generales. El razonamiento deductivo también se llama lógica deductiva o razonamiento de arriba hacia abajo.

#### ***2.4.5. Método analítico sintético***

El método analítico/sintético se refiere a una distinción entre dos tipos de verdad. Las verdades sintéticas son verdaderas tanto por lo que significan como por la forma en que

el mundo es, mientras que las verdades analíticas son verdaderas en virtud del significado únicamente.

La síntesis de investigación es el proceso de combinar los resultados de múltiples estudios de investigación primarios destinados a probar la misma hipótesis conceptual. Se puede aplicar a la investigación cuantitativa o cualitativa. Sus objetivos generales son hacer que los hallazgos de múltiples estudios diferentes sean más generalizables y aplicables.

#### 2.4.6. Método descriptivo

Como su nombre lo indica, sirve para describir el comportamiento de una cantidad de variables. Es de carácter cualitativo, es utilizado en investigaciones que requieren evaluar varias características de una situación particular o población.

Entre algunas características podemos describir: usa diferentes instrumentos y técnicas para la obtención de datos: documentación, encuestas, entrevistas, entre otras.

El proceso de este método inicia con la identificación y delimitación del problema, luego pasa a la elaboración y construcción del problema, se determina los instrumentos que se utilizaran. Como tercera etapa tenemos la observación y registro de datos, es la parte crucial del proceso ya que mediante la observación no se altere las condiciones naturales de la situación a estudiar. Luego viene la decodificación y categorización de la información, es lo que conocemos como tabulación de los datos registrados. Como penúltima etapa, el análisis, en este proceso el investigador debe interpretar y analizar acorde al objeto del estudio. Finalmente, la propuesta.

#### Figura 5

*Método descriptivo pasos*



*Fuente:* Método descriptivo

Elaborado por: Oscar Jaramillo

En el estudio realizado se aprecia, que las etapas se encuentran descritas de manera ordenada, por lo tanto usaremos el método descriptivo para el desarrollo de un modelo de negocios CANVAS, mismo que en su lienzo describe algunas variables para la investigación, mediante las técnicas e instrumentos a utilizarse de acuerdo a la realidad del problema, en el análisis respectivo se identificara la viabilidad del estudio, de esta manera el objetivo será proponer la implementación de un negocio o emprendimiento para brindar el servicio de soporte técnico informático en el barrio Colinas del Valle, sector Calderón.

## 2.5. Unidad de análisis

La unidad de análisis se realizó a la población económicamente activa (PEA), del barrio Colinas del Valle, Parroquia Calderón, cantón Quito, de la provincia de Pichincha, la cual abarca una suma de habitantes que tienen una ocupación, percibiendo una remuneración al realizar una actividad laboral, en caso de no contar con una ocupación se encuentran en constante búsqueda.

## 2.6. Población y/o muestra

Según la información facilitada por la secretaria de la casa comunal, aproximadamente la población es de 3.231 habitantes.

**Tabla 6**

*Detalle de la formula*

<b>SÍMBOLO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
N	Población total	3.231
Z <sup>2</sup>	Nivel de confianza	95%
e	Margen de error	3%
p	Población de éxito	0.5
q	Población de fracaso	0.5
n	muestra	185

*Fuente:* Formula de la muestra

Elaborado por: Oscar Jaramillo

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{3.231 * 95^2 * 0,5 * 0,5}{3^2 * (3.231 - 1) + 95^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 191$$

## 2.7. Técnicas de investigación

Es el método que permite la recolección de datos mediante el instrumento que se utilizara para el registro de la información recabada. Para esta investigación se utilizará los instrumentos de la encuesta.

## 2.8. Encuesta

Se realiza para obtener información de las personas en estudio, siendo ellos mismos quienes proporcionan los datos, sobre sugerencias, actitudes, conocimientos.

Para esta investigación, se decidió aplicar la técnica de la encuesta, ya que permite la recopilación de datos mediante el instrumento de investigación, con el objetivo de obtener información de un grupo delimitado de personas acerca de un tema específico, por lo cual, se realizará un cuestionario que constan de preguntas para ser formuladas a las personas de un segmento específico.

## 2.9. Análisis de resultados

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

**Tabla 1**

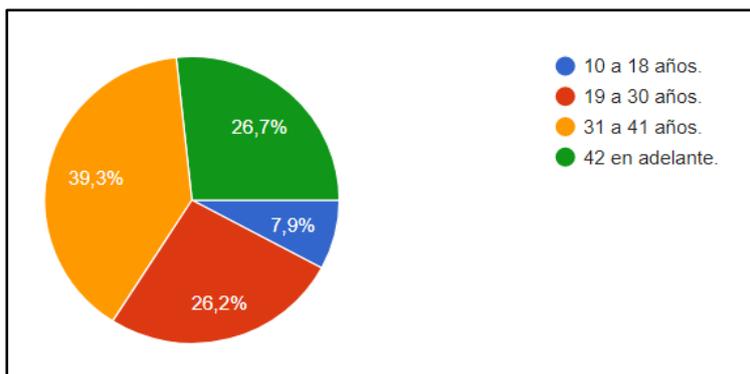
*Público objetivo*

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
10 a 18	15	7,9%
19 a 30	50	26,2%
31 a 41	75	39,3%
42 en adelante	51	26,7%
Total	191	100%

*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Figura 1**  
*Público objetivo*



*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Análisis:**

Según los resultados obtenidos de las 191 personas encuestadas, podemos observar que existe una gran mayoría de personas entre los 19 a 42 años, los porcentajes como el 39%; 26,7%; 26,2% correspondientemente, lo cual puede ser comprendido como parte de las personas económicamente activas, quienes tengan un trabajo y perciban un salario para adquirir bienes o servicios.

**Interpretación:**

Las personas de 31 a 41 años forman parte del mayor porcentaje de la población según la muestra, siendo el 39,3%. Por lo tanto, se podría considerar como un segmento importante del mercado para brindar el servicio de soporte técnico informático. En cuanto al porcentaje mínimo del 7,9% siendo un total de 15 personas de las 191 encuestadas, están entre los 10 a 18 años, quienes vendrían a ser los usuarios directos de las herramientas tecnológicas como computadoras, por lo tanto, consideramos nuestros futuros clientes clave.

2. ¿Reside permanente en el sector del Barrio Colinas del Valle?

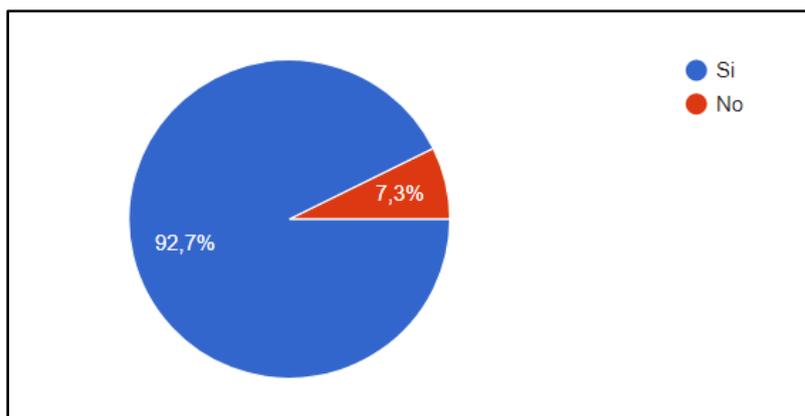
**Tabla 2**  
*Población*

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	177	92,7%
No	14	7,3%
Total	191	100%

*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Figura 2**  
*Población*



*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

#### **Análisis.**

Del total de las 191 personas encuestadas, podemos observar que existe la gran mayoría que reside en el barrio de Colinas del Valle, lo cual beneficia al estudio que se ha realizado, ya que podemos observar un 92,7% de veracidad en la información obtenida en el cuestionario de la encuesta de un total de 191 personas encuestadas, residen permanentemente en el barrio 177 personas.

Con respecto al 7,3% restante, que corresponde a 14 personas mismas que no residen en el barrio Colinas del Valle.

#### **Interpretación.**

Según los resultados obtenidos, de acuerdo con la muestra podemos estimar que el estudio tiene veracidad en la información obtenida en un 92,7%. Como también podríamos considerar o interpretar como un margen de error el 7,3%.

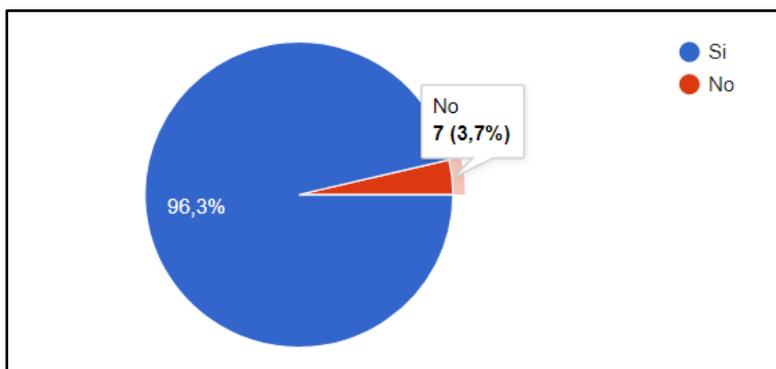
3. ¿Cuenta usted con equipos computacionales en su hogar u oficina?

**Tabla 3**  
*Relación con el cliente*

criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	184	96,3%
No	7	3,7%
Total	191	100%

*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Figura 3***Relación con el cliente.*

Fuente: Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Análisis.**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a 184 personas, considerada la mayoría con un 96,3% cuenta con equipos informáticos, lo cual es un índice importante para considerar un nicho de mercado para brindar el servicio de soporte técnico informático. Por otra parte, el índice mínimo del 3.7% no cuenta con un computador, resultado importante para considerar la oportunidad de ofertar equipos informáticos nuevos de esa manera penetrar en el mercado a nuevos clientes.

**Interpretación.**

Según los resultados obtenidos en la encuesta, se deberá poner énfasis en ambos, ya que son una gran oportunidad para brindar el servicio de soporte técnico informático. Las 184 personas son posibles clientes definidos, en cuanto a las 7 personas restantes serán una oportunidad para penetrar al mercado como nuevos clientes.

El giro económico de la organización está centrado en la tecnología, casi el 97% de la población encuestada tiene algún equipo tecnológico, el cual podría requerir alguno de los servicios ofertados por la organización, para esto se tendría que pensar en desarrollar un plan de marketing que permita posicionar de mejor forma a la organización.

4. ¿Cuántas computadoras tiene en su hogar?

**Tabla 4***Mercado Objetivo*

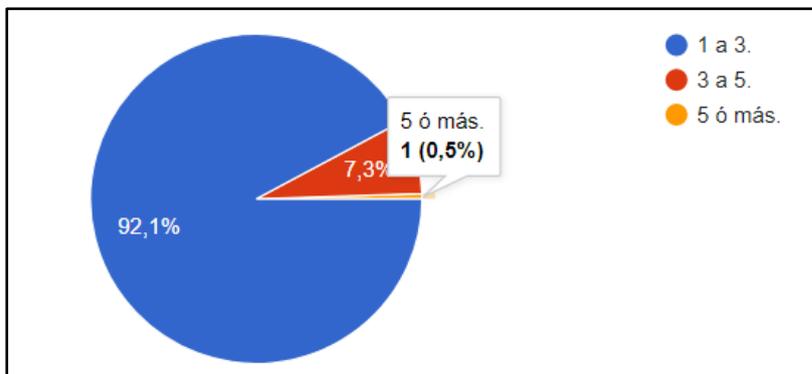
Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	176	92,1%
3 a 5	14	7,3%
5 o más	1	0,5%
Total	191	100%

*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

#### **Figura 4**

*Mercado Objetivo*



*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

#### **Análisis.**

Según los resultados obtenidos, podemos observar que 176 personas tienen en casa de 1 a 3 computadoras, por lo tanto, vendría a ser un estimado aproximado de 352 computadoras en total, una cantidad considerable para ofertar el servicio de soporte técnico informático, ya que el uso de los mismos generará una demanda que se debe satisfacer. Por otra parte, también considerar los otros resultados ya que el porcentaje es menor pero la cantidad de computadoras por casa es mayor.

#### **Interpretación.**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta a 191 personas, 176 personas serían considerados los clientes estrella, quienes serán posiblemente los que generaran ingresos económicos al contratar el servicio de soporte técnico informático. En cuanto al resto de personas que en su totalidad vendrían a ser 8 igualmente serían consideradas como futuros clientes.

Luego del paso de la pandemia se puede evidenciar que la mayoría de los hogares ecuatorianos existe 1 equipo de computación y al menos 2 celulares con acceso a internet. Los usuarios a tener limitaciones de acceso al internet impiden que se pueda realizar asistencias remotas, y la movilización de personal involucran otros costos que deben ser asumidos por el cliente.

5. ¿Qué tipo de computador tiene o utiliza?

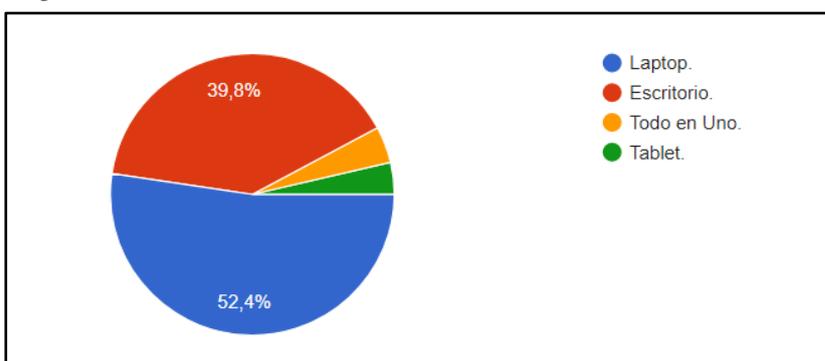
**Tabla 5**  
*Segmentación de mercado.*

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Laptop	100	52,4%
Escritorio	76	39,8%
Todo en uno	8	4,2%
Tablet	7	3,7%
Total	191	100%

*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Figura 5**  
*Segmentación de mercado*



*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

### **Análisis.**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, los dos tipos de computador con más acogida son: laptop y escritorio, con un porcentaje del 52,4% y 39,8% correspondientemente, obteniendo un dato muy importante para considerar al momento de adquirir repuestos y accesorios que se va a tener en stock. En cuanto a los otros tipos de computadores los resultados nos permiten apreciar que debemos ser limitados en la adquisición de repuestos y accesorios, para los mantenimientos y reparaciones correspondientemente.

### **Interpretación.**

Según los resultados de la encuesta a 191 personas, tienen más afinidad por el tipo de computadores de escritorio, 100 personas, lo cual pueden ser por varios factores, uno de ellos el precio más accesible o barato al adquirirlo como también para la reparación o mantenimientos. En cuanto a las personas que tienen afinidad por laptops son 76 personas, lo cual es un número muy considerable para el negocio de brindar el servicio de soporte técnico informático.

Las encuestas denotan que los productos más usados son computadoras de escritorio y laptops, esto recomienda a tener inventario suficiente para estos productos, pueden existir múltiples marcas en el mercado y estas pueden ser adaptadas entre sí. Sin embargo, se tendrá que realizar un estudio de mercado que permita identificar las principales piezas que son cambiadas y la periodicidad de cambio. También se tendrá que identificar las marcas que usa el sector.

6. ¿Ha requerido algún mantenimiento técnico o reparación para su equipo Computacional?

**Tabla 6**

*Nicho de Mercado.*

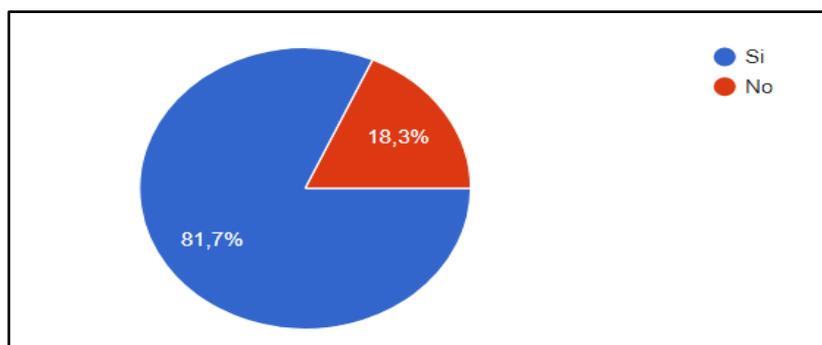
Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	156	81,7%
No	35	18,3%
Total	191	100%

*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Figura 6**

*Nicho de Mercado*



*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

### **Análisis.**

Según los resultados obtenidos luego de la encuesta a 191 personas, podemos determinar que 156 personas formarían parte del requerimiento para el servicio de soporte técnico informático, de esta manera generar ingresos económicos al emprendimiento. En cuanto al resultado negativo de 35 personas se podrá considerar como clientes futuros a corto plazo.

### **Interpretación.**

De acuerdo con los porcentajes obtenidos en la encuesta a 191 personas siendo el 100% de la muestra, el 81,7% tiene la necesidad del servicio lo cual se considera una

demanda para brindar el servicio de soporte técnico informático. En cuanto al 18,3% restante se considera a futuro tendrá la necesidad por lo tanto no lo debemos descartar.

Es necesario establecer periodos de compra, mantenimientos, cambios de partes o equipos de los usuarios, se tendrá que desarrollar un estudio de mercado, cuyo objetivo se enfoque en las formas de llegar por medio del marketing a las personas que busquen algún servicio ofertado por la organización. De tal forma que las personas que necesiten atención pueden acudir de forma directa a solicitar el servicio ofertado.

7. ¿Cuál fue la última vez que realizo mantenimiento a sus equipos computacionales?

**Tabla 7**

*Público objetivo.*

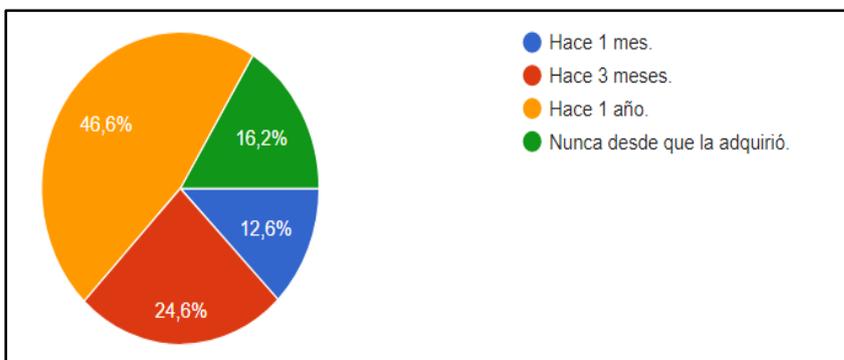
Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Hace 1 mes	24	12,6%
Hace 3 meses	47	24,6%
Hace 1 año	89	46,6%
Nunca desde que la compro	31	16,2%
Total	191	100%

*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Figura 7**

*Público objetivo*



*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Análisis.**

Según los resultados obtenidos en la encuesta a 191 personas, podemos apreciar que habrá una demanda para el servicio de soporte técnico informático de manera escalonada, es decir 31 personas requieren el servicio lo más urgente, las 89 personas serían las siguientes, considerando el aspecto de recomendación técnica. En cuanto a las 47 personas y 24 personas restantes serian consideradas para brindar el servicio de soporte técnico en un tiempo aproximado de 9 meses a futuro.

### Interpretación.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta a 191 personas, podemos considerar que posiblemente se requieran mantenimientos correctivos por parte de los futuros clientes, lo cual demanda la adquisición de repuestos a los proveedores. Teniendo en cuenta los porcentajes del 46,6% y el 24,6% determinara la adquisición del stock en repuestos y consumibles.

Es necesario realizar campañas de seguimiento a las atenciones realizadas, es decir, los clientes que han acudido a ser atendidos se los tendrá que contactar, cada determinado tiempo, en este contacto se podrá dar a conocer nuevos productos, ofertas, promociones, y recomendarle nuevas actualizaciones para el equipo.

8. ¿Qué marca de dispositivo computacional es de su preferencia?

**Tabla 8**

*Marcas de Computadoras*

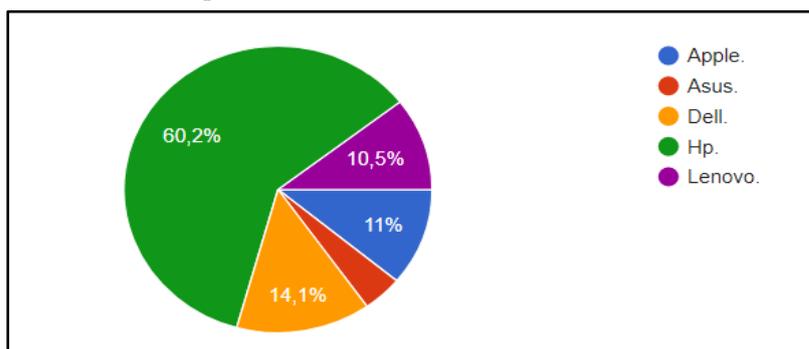
Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Apple	21	11%
Asus	8	4,2%
Dell	27	14,1%
Hp	115	60,2%
Lenovo	20	10,5%
Total	191	100%

*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Figura 8**

*Marcas de computadoras*



*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

### Análisis.

Según los resultados obtenidos en la encuesta a 191 personas, podemos considerar que 115 personas prefieren marca hp, por lo tanto, debemos considerar en la

adquisición de: repuestos, consumibles, accesorios, actualizaciones técnicas, de esta manera brindar un servicio eficiente.

En cuanto a las otras marcas como: Dell, Apple, Lenovo, Asus, se deberá considerar los porcentajes reflejados en los resultados, para adquirir el stock de repuestos, accesorios, consumibles, de esta manera estar preparados para brindar un excelente servicio.

### **Interpretación:**

De acuerdo con la encuesta realizada a 191 personas, el 60,2% tiene afinidad por la marca hp es decir más de la mitad de encuestados, en cuanto al 39,80% restante tiene afinidad por otras marcas de manera correspondiente como lo podemos apreciar en la gráfica.

Como se mencionó anteriormente, se tendrá que pensar en tener mayor inventario pensando que la marca más usada en el sector es la HP, seguido de la Dell. En este orden de ideas se tendrá que buscar los proveedores idóneos para adquirir repuestos de forma rápida y así atender a los usuarios de mejor manera, dando valores agregados basados en la rapidez.

### 9. ¿Cómo desearía ser atendido?

**Tabla 9**

*Servicio al cliente diversificado*

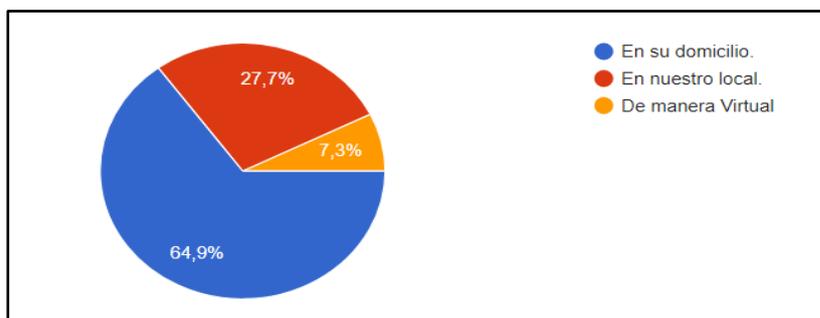
Criterio	Frecuencia	Porcentaje
En su domicilio	124	64,9%
En nuestro local	53	27,7%
De manera virtual	14	7,3%
Total	191	100%

*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Figura 9**

*Servicio al cliente diversificado*



*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

### **Análisis.**

Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada a 191 personas, podemos apreciar que más de la mitad, siendo 124 personas prefieren que el servicio sea a domicilio, lo cual es importante para considerar gastos de movilización como también la planificación en rutas diarias para brindar el servicio. En cuanto al resultado de 53 personas aproximadamente la tercera parte de encuestados, requieren el servicio en nuestras instalaciones, por lo tanto, demanda en implementar una organización de personal operativo para brindar el servicio. La porción mínima pero no descartable la requieren 14 personas, el servicio virtual lo cual demanda implementar los ambientes y recursos adecuados para brindar el servicio.

### **Interpretación.**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a 191 personas, debemos considerar los 3 aspectos ya que son parte de la propuesta de valor del emprendimiento, lo cual se estima generará el ingreso económico. El 64,9% generara ingresos económicos con la atención a domicilio, el 27,7% generará ingresos económicos con la atención en las instalaciones del emprendimiento, y el 7,3% lo generara al brindar la atención virtual, misma que se realizara desde las instalaciones físicas del emprendimiento.

A los usuarios se tendrá que dar a conocer los valores por ser visitados en el domicilio y por factores de mejora continua se tendrá que disponer de asistencia remota, esto reducirá los costos y los tiempos de atención. Sin lugar a duda se tendrá que realizar alianzas estratégicas con el objetivo de cubrir un sector mucho más amplio.

10. ¿Cómo desearía realizar su pago?

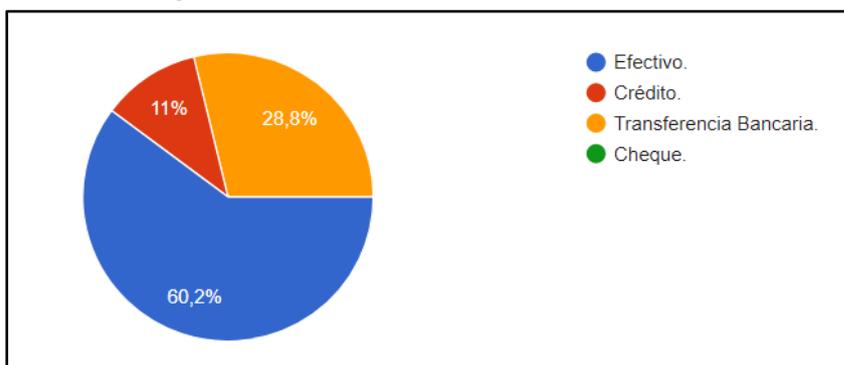
**Tabla 70**

*Fuente de ingresos*

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	115	60,2%
Crédito	21	11%
Transferencia bancaria	55	28.8%
Cheque	0	0%
Total	191	100%

*Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Figura 60***Fuente de Ingresos.**Fuente:* Encuesta personas del sector

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Análisis.**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a 191 personas, conformadas por más de la mitad siendo 115 personas, prefiere el pago en efectivo, lo cual demanda implementar metodologías de seguridad al momento de cobrar los servicios en sus tres modalidades. La tercera parte 55 personas prefiere el pago mediante transferencia bancaria, lo cual demanda de una cuenta bancaria, una mínima cantidad de personas, 21 en su totalidad, prefiere su pago a crédito, lo cual genera la necesidad de implementar formalidades legales para realizar los respectivos cobros, al parecer el pago en cheque no lo tenemos presente, pero no debemos descartarlo.

**Interpretación.**

Según la información obtenida en las encuestas realizadas a 191 personas, podemos apreciar que los ingresos que obtendrá el emprendimiento serán 60,2% efectivo, es decir hay circulante en el sector realizado el estudio, en cuanto a pago mediante transferencia bancaria 28,8% el 11% crédito y cheque 0%.

Ecuador ha desarrollado por medio de las instituciones financieras formas cada vez más rápidas para realizar los pagos, estas deben ser implementadas por las personas, por medio de bancas en línea, aplicaciones móviles, que permiten a los clientes realizar los pagos sin la necesidad de hacerlo en efectivo. El dinero electrónico a tomado gran importancia en los últimos años haciéndose cada vez más común su uso en todos los negocios.

## Capítulo III

### 3.1. Propuesta

Por medio de la aplicación del modelo de negocios CANVAS, se pretende implementar el emprendimiento para brindar el servicio de soporte técnico informático en el barrio Colinas del Valle sector Calderón.

### 3.2. Objetivos de la propuesta

Implementar el emprendimiento de soporte técnico informático, para satisfacer la demanda existente en el barrio Colinas del Valle.

Brindar una experiencia de servicio diferenciada con calidad a nuestros clientes, mediante, la atención personalizada.

Ofrecer productos como, consumibles, repuestos, accesorios computacionales que cumplan estándares de calidad y garantía, para generar ingresos de esta manera se sostenga y se posicione en el mercado.

### 3.3. Diseño de la propuesta

#### 3.3.1. Segmentos de mercados

El servicio ofertado está dirigido a un segmento de mercado de clientes que comprendan desde los 18 años en adelante, mismo que deberá estar considerado económicamente activo, mismos que son usuarios de los equipos informáticos a quienes vamos a ofertar nuestros servicios de soporte técnico informático.

**Tabla 7**

*Segmento de mercado*

<b>Segmentación de mercado</b>	<b>Soporte técnico informático</b>
Edad	18 años en adelante
Genero	Femenino y masculino
Tasa de actividad	Económicamente activo

*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

### **3.3.2. Propuesta de valor**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada se llevará a cabo la estructura del modelo de negocios CANVAS.

La importancia en este segmento es marcar la diferencia tanto en la calidad del servicio, la experiencia del cliente, el precio, el tiempo de respuesta y el know how, estos aspectos diferenciadores mencionados permitirán llevar al emprendimiento posicionarse en el mercado.

### **3.3.3. Canales**

De acuerdo con las respuestas de la encuesta realizada, se pretende brindar el servicio de soporte técnico informático, a domicilio, en el establecimiento físico, de manera virtual.

Mediante la visita técnica informática a domicilio, se solicitará los datos al cliente para ingresarlo en la agenda de clientes, usando la red social WhatsApp se compartirá información de nuestros canales virtuales para la interacción y de esta manera conozcan los productos y servicios que ofrece el emprendimiento de soporte técnico informático.

En la actualidad existen varios canales que permiten sociabilizar los negocios, en la práctica permite que los usuarios conozcan de manera virtual las cualidades del servicio como también precios.

De esta manera se pretende captar nuevos clientes, mismos que al recibir una experiencia diferente en el servicio nos refiera a las personas cercanas en su círculo social, es decir la recomendación del boca a boca es también un canal muy importante para la captación de nuevos clientes ya que es la imagen principal del emprendimiento.

Para generar la comercialización del servicio generando un impacto visual neural, usaremos un código comunicacional en las redes sociales, mismas que son utilizadas y de preferencia por la mayoría de las personas hoy en día.

De acuerdo con el informe digital emitido por We Are Social / Hootsuite, para el año 2022 determina que a nivel mundial las primeras 7 redes sociales más usadas son: Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Wechat, tick tock, Fb Messenger.

Tomando en cuenta el giro de negocio usaremos las redes sociales que permitan generar un impacto: visual, kinestésico y auditivo, siendo entre ellos, WhatsApp, Tic Tock, YouTube, Facebook, proyectando una experiencia diferente al cliente.

### 3.3.4. Relación con los clientes

El emprendimiento se enfoca en brindar los servicios de soporte técnico informático, apunta en garantizar la relación con sus clientes mediante la atención personalizada tanto en el lugar de domicilio del cliente, como también en el sitio físico donde se encontrará ubicado su establecimiento de servicio.

De esta manera se pretende brindar el servicio de soporte técnico informático, de forma virtual mediante las herramientas y aplicaciones usadas en la actualidad, como: Any Desk, TeamViewer, FixMe.IT.

También es importante los tiempos de respuesta para la solución de problemas que el cliente demande, para lo cual se mantendrá una relación directa mediante WhatsApp tanto en la mensajería instantánea como también en la publicación diaria de los estados, por este medio se mantendrá informados a los clientes con: promociones, tutoriales, recomendaciones e información en temas que son tendencias a nivel técnico informático, con la finalidad de posicionar el emprendimiento en el mercado mediante la aceptación como también la recomendación de nuevos clientes.

**Tabla 8**

*Relaciones con los clientes*

TIPO	DESCRIPCIÓN	EJEMPLIFICACIÓN
RELACIÓN PERSONAL	La interacción directa con el cliente, mediante el profesional que le ayude en el diagnóstico técnico informático y la solución del problema técnico informático en situ.	En la primera visita técnica a domicilio, se solicitará información al cliente, para ingresarlo en la agenda de clientes, mediante la red social WhatsApp del emprendimiento de soporte técnico informático, será el contacto directo con el profesional quien lo ayudara en el direccionamiento para el proceso de la solución de problemas técnicos informáticos, el acompañamiento será por todo el proceso.
CAPTACIÓN DEL CLIENTE	Cartera de clientes, boca a boca, encuestas.	
FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE	Mediante el seguimiento a los servicios de mantenimiento realizados, recomendaciones técnicas mediante mensajes usando WhatsApp, acompañamiento para la solución de problemas técnicos informáticos, encuestas de	

---

satisfacción al servicio,  
promociones, obsequios.

---

*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

### **3.3.5. Fuentes de ingresos**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta realizada, podemos apreciar que existe circulante en el sector en el cual se pretende implementar el emprendimiento de soporte técnico informático, existe un alto porcentaje de personas encuestadas que prefieren realizar los pagos de los servicios mediante el uso de efectivo y transferencia bancaria, ya que aproximadamente 8,9 de cada 10 personas prefieren estas modalidades de pago, dejando un precedente de manejo de efectivo para la caja del emprendimiento.

Es decir, los ingresos para el emprendimiento serán en un 89% entre efectivo y transferencia bancaria, lo cual es un porcentaje positivo para la sostenibilidad del emprendimiento.

Cabe también mencionar que se pretende brindar la modalidad de pago a crédito, lo cual será mediante parámetros legales conforme a la ley de créditos personales vigentes en nuestro país, este beneficio lo obtendrán ciertos clientes fidelizados calificados para acceder al mismo, mediante las políticas internas del emprendimiento.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada, podemos apreciar que existe una mínima demanda de personas que prefieren acceder a la contratación de servicios de soporte técnico informático, bajo la modalidad a crédito personal, de cada 10 personas 1,1 personas prefieren crédito personal.

Es decir, existe la demanda de obtener ingresos a corto plazo mediante los servicios prestados a los clientes fidelizados, de las maneras mencionadas podemos apreciar que los ingresos se darán mediante: efectivo, transferencia bancaria, crédito personal.

**Tabla 9***Fuente de Ingresos*

FUENTES DE INGRESOS	
CONTADO	Según la encuesta, cancelar en efectivo es la opción que mayor acogida tiene, esto permite que el servicio tenga un menor tiempo de respuesta a la solución de problemas, también es un motivo para generar un porcentaje de descuento.
TRANSFERENCIA BANCARIA	Cancelar mediante transferencia bancaria, genera al emprendimiento credibilidad en el banco ya que existe movimientos, así también genera seguridad ya que el dinero se transfiere directamente al banco, optimizando el tiempo, brindando un servicio eficiente al cliente.
CRÉDITO DIRECTO	Para acceder a crédito directo el cliente deberá ser apto de acuerdo a las políticas internas del emprendimiento, lo cual le beneficia, la confianza que su crédito no genere interés, esto dependerá del monto facturado por los servicios prestados, el crédito no puede superar los 4 meses.

---

*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**3.3.6. Recursos clave**

El emprendimiento de soporte técnico informático pretende mantener las relaciones con sus clientes, brindando una experiencia diferenciada en la atención personalizada a domicilio, de manera virtual o en su localidad física. Sobresaliendo en la resolución de problemas técnicos demandados por el cliente, mediante la calidad del diagnóstico, mejorando los tiempos de respuesta al obtener repuestos de calidad con

garantía, para cambiarlos, o repáralos. Lo cual permitirá obtener ingresos económicos para mantenerse en el mercado y sus competidores.

### **Recurso humano**

De acuerdo con el giro de negocio el emprendimiento requiere de 3 personas quienes tendrán que desarrollar las siguientes actividades.

- **Propietario:** Administra, la agenda de clientes, Planifica, las visitas técnicas a domicilio o de manera virtual, Elabora, el contenido y manejo de las redes sociales. Adquiere, los productos, repuestos, consumibles, necesarios para el servicio de soporte técnico.
- **Profesional Técnico I.T.:** Diagnostica, los problemas de hardware y software demandados en los equipos de los clientes. Solicita, los repuestos y consumibles necesarios según el diagnóstico. Repara, los daños en su totalidad de acuerdo con la necesidad emitida en el diagnostico técnico informático.
- **Recepcionista:** Atiende, las necesidades que requiera el cliente en el local físico. Recibe, los equipos informáticos que demandan reparación. Ingres, los equipos informáticos mediante una constancia que se plasma en un formato de recepción de equipos. Entrega, los equipos reparados mediante un informe técnico informático el cual es explicado por el profesional técnico I.T.

### **Recursos físicos**

De acuerdo con el giro de negocio, se requieren los siguientes recursos: local comercial, estaciones de trabajo, estación de micro sueldas, fuente de poder, multímetro, herramientas electrónicas de precisión, computadora, impresora, resma de papel, teléfono Smart, plan de internet fibra óptica, sillas, escritorios, vitrinas, counter de recepción, cámaras de video vigilancia.

#### **3.3.7. Recursos financieros**

Para que el emprendimiento de soporte técnico informático sea implementado en el mercado se requiere la inversión aproximada de 5.000 dólares, de acuerdo a la necesidad detallada en los recursos físicos.

### **3.3.8. Actividades clave**

En el emprendimiento de soporte técnico informático, con la finalidad de que las actividades se realicen efectivamente, se deberá tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- **Servicio:** Atención diferenciada, generando una experiencia diferente, con calidad, y tiempo de respuesta acertado, brindando un diagnóstico profesional eficaz con el cual la reparación o solución de problemas técnicos sean óptimos.
- **Producto:** En relación con los repuestos, deberán ser de calidad que cumplan los estándares de fabricación, por lo tanto, ofrezcan garantía total al cliente final.
- **Precio:** Asequibles, generando competitividad de acuerdo con el mercado existente en el sector.

### **3.3.9. Socios clave**

Se debe considerar un equipo de stakeholders, quienes puedan ofrecer un respaldo en sus productos, lo cual genera en los clientes confianza y seguridad, permitiendo la fidelización, por lo tanto, nos refieran a nuevos clientes por la experiencia diferenciada recibida.

- **Clientes:** Son el pilar importante para mantener la rentabilidad del emprendimiento, manteniéndose fiel a nuestros servicios.
- **Stakeholders:** Conformados por todos aquellos que contribuyen para que el emprendimiento se encuentre en marcha, siendo, los proveedores, los clientes internos, la competencia, son quienes impulsan para brindar una experiencia de calidad en el servicio.
- **Usuarios:** Son las personas que pertenecen al segmento del mercado, no necesariamente son PEA, pero son quienes usan los equipos informáticos y generan la demanda del servicio.

## Estructura de costos

Gasto personal

**Tabla 10**

*Costos Fijos (Pago personal)*

<b>CARGO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>Costo</b>		
Profesional I.T.	\$ 700,00	\$8.400,00
<b>Total</b>	<b>\$ 700,00</b>	<b>\$8.400,00</b>
<b>Gasto</b>		
Propietario	\$ 500,00	\$6.000,00
Recepcionista	\$ 450,00	\$5.400,00
<b>Total</b>	<b>\$950,00</b>	<b>\$11.400,00</b>

*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

## Gastos administrativos

**Tabla 11**

*Costos Fijos (Indirectos)*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Agua	12,00	144,00
Luz	30,00	360,00
Internet	35,00	420,00
Plan de datos	7,00	84,00
Materiales de oficina	9,00	108,00
Artículos publicitarios	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>1296</b>

*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

## Ingresos y egresos

**Tabla 12**

*Ingresos y egresos*

<b>Ingresos crecimiento del 5% sector</b>			
<b>Detalle</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Mantenimiento de computadoras	1620	1701	1786,05
Cambio de repuesto informáticos (mano de obra)	960	1008	1058,4
Venta de repuestos informático	360	378	396,9
<b>TOTAL</b>	<b>2940</b>	<b>3087</b>	<b>3241,35</b>

<b>Egresos incremento del 5%</b>			
<b>Detalle</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Profesional I.T.	700	735	771,75
Propietario	500	525	551,25
Recepcionista	450	472,5	496,125
Agua	144	151,2	158,76
Luz	360	378	396,9
Internet	420	441	463,05
Plan de datos	84	88,2	92,61
Materiales de oficina	108	113,4	119,07
Artículos publicitarios	180	189	198,45
<b>TOTAL</b>	<b>2946</b>	<b>3093,3</b>	<b>3247,965</b>

*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

**Tabla 13**  
Matriz modelo Canva

8.SOCIOS CLAVE	7.ACTIVIDAD CLAVE	1. PROPUESTA DE VALOR	4. RELACION CON CLIENTES	2. SEGMENTOS DE CLIENTES
<p>Importadores de equipos de Computación Tecnólogo en electrónica Colegas técnicos</p> 	<p>Personal realice sus funciones Actividades de mantenimiento de computadoras</p> 	<p>Emprendimiento para brindar servicio de soporte técnico computacional.</p> 	<p>Atención Rápida y Eficaz Atención personalizada Servicio diferenciado</p> 	<p>Para personas desde los 18 años de edad en adelante condición económica Media-alta Media-baja</p> 
<b>6. RECURSOS CLAVE</b>			<b>3. CANALES</b>	
<p>Talento humano Infraestructura</p> 			<p>Internet redes sociales Transporte de equipos Reparados a domicilio</p> 	

9. ESTRUCTURA DE COSTES	5. FUENTES DE INGRESOS
<p>Enceres y equipo de oficina Readecuación y mantenimiento de taller</p> 	<p>Mantenimiento de Equipos de computación, impresoras, laptops. Venta de respuestas de computadoras Venta de insumo de computación</p> 

*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

### **3.4. Plan de acción**

#### ***3.4.1. Definición de estrategias***

El objetivo principal es implementar el emprendimiento de soporte técnico informático, para brindar una experiencia de servicio diferenciada a los habitantes del sector, y ofrecer productos que cumplan estándares de calidad con garantía, lo cual permitirá posicionar al emprendimiento en el mercado, para satisfacer la demanda y generar ingresos económicos.

De acuerdo con la aplicación de la estrategia más adecuada en nuestro plan de acción hemos visto acertado recurrir a las 4p del marketing mix en el cual detallaremos: producto, precio, plaza y promoción.

##### **3.4.1.1. Estrategia del servicio (producto)**

El emprendimiento de soporte técnico informático se dedicará a brindar servicio de mantenimiento para equipos computacionales, en tres (3) modalidades: a domicilio, de manera virtual y en su establecimiento comercial, como también a comercializar repuestos e insumos computacionales, cotizándolos vía WhatsApp con entrega e instalación a domicilio, manteniendo la garantía real a los servicios y productos ofertados.

##### **3.4.1.2. Servicio de soporte técnico**

Estará establecido en las siguientes actividades comprendidas en brindar una experiencia a la atención diferenciada enfocándonos el mix de soporte técnico informático:

- Diagnostico técnico informático / electrónico.
- Mantenimiento de computadores, impresoras en general.
- Reparación de computadores, hardware y software e impresoras en general.
- Diagnostico técnico de hardware y software informático / electrónico virtual.
- Soporte técnico informático de software y configuración virtual.
- Recuperación de información lógica.

### 3.4.1.3. Venta de productos de calidad con garantía

Estará establecido en las actividades comprendidas en ofrecer productos con estándares de calidad y garantía, enfocándonos en la fidelización de nuestros clientes.

#### Insumos.

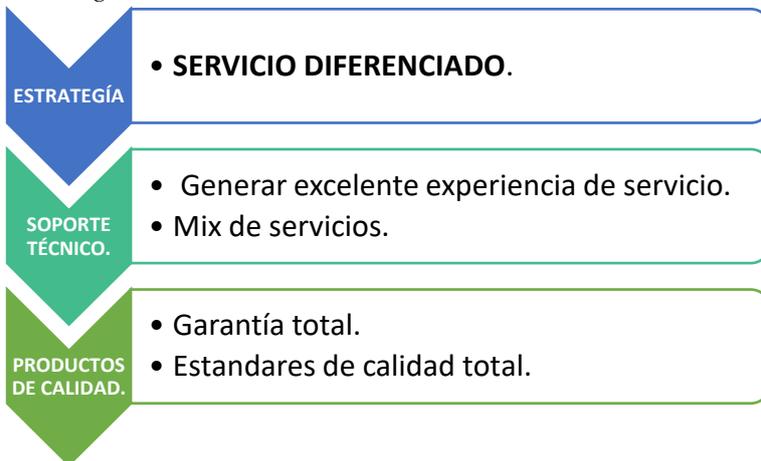
- Tinta para impresoras.
- Cartuchos de tintas para impresoras.
- Tóner.

#### Repuestos.

- Tarjeta madre.
- Pantalla.
- Baterías para laptops.
- Fuentes de poder.
- Teclados.
- Disco duro.

### Figura 7

*Estrategia 1. Producto*



*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

#### 3.4.1.4. Estrategia del precio

Enfocándonos en la fidelización del cliente, pretendemos brindar el servicio de soporte técnico informático de acuerdo con su necesidad, es decir en la comodidad de su hogar, oficina o negocio, de esta manera tener el reconocimiento para posicionarnos en el mercado, como también su recomendación a los conocidos de su círculo social.

Tomando en cuenta que el emprendimiento de soporte técnico informático pretende ingresar al mercado del sector, en el cual la mayoría de las personas usan equipos computacionales, y la mayoría no han realizado un mantenimiento por más de 1 año, los resultados de este estudio nos indican que prefieren pagar en efectivo, tendremos los siguientes precios:

**Tabla 14**

*Detalle de servicios y precios.*

Servicios	Precio unitario
Visita a domicilio, para emitir diagnóstico técnico informático / electrónico, dentro de los límites del barrio Colinas del Valle.	\$25.00
Diagnóstico técnico informático / electrónico en el establecimiento.	\$20.00
Diagnóstico técnico problemas de software, servicio virtual.	\$22.00
Mantenimiento Preventivo hardware y software	\$20.00
Mantenimiento Correctivo hardware y software	\$35.00
Solución de problemas de software, servicio virtual.	\$25.00
Solución de problemas de software, servicio en el establecimiento.	\$20.00
Mano de obra por instalación de repuestos e insumos	\$25.00
Mano de obra por instalación de software	\$20.00

*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

A continuación, con la finalidad de satisfacer la necesidad de los clientes, mediante la oferta de productos de calidad con garantía, ofreceremos a los clientes garantía real, mediante las políticas de garantías aplicadas por los fabricantes a los proveedores, los cuales mediante los centros de servicios autorizados validaran la garantía, y se aplicaran de acuerdo con lo siguiente:

Al momento de facturar al cliente un producto, se extenderá el documento en el cual se detalla sigilosamente todos los aspectos de garantía de acuerdo con la compra realizada.

Se indicará, que la garantía total y real, se aplicara a fallas de fabricación, mismas que serán comprobadas por el centro autorizado del servicio de la marca, para constancia se emitirá copia del respectivo informe técnico certificado.

Se indicará, que productos establecidos como consumibles, no tienen garantía, ya que el uso constante del mismo es causa para su desgaste.

Se indicará, que todo el proceso de garantías será realizado por parte nuestra, evitando al cliente realizar una actividad que demande su tiempo y dinero.

Se indicará, que no se aplican garantías a equipos con daños que han sido comprobados que la causa fueron factores diferentes a fallas de fabricación.

La estrategia define brindar el servicio de garantías de manera personalizada sin ningún recargo adicional para su ejecución, lo cual establecerá un valor agregado en el servicio y tendremos un cliente satisfecho.

A continuación, mostraremos la lista de algunos productos que se pretenden ofertar en el emprendimiento:

**Tabla 15**

*Detalle de productos, garantía y precios.*

<b>Producto</b>	<b>Garantía de fabrica</b>	<b>Precio unitario</b>
Disco duro solido 120 Gb.	1 año	\$28.00
Disco duro solido 250 Gb.	1 año	\$55.00
Disco duro solido 480 Gb.	1 año	\$68.00
Disco duro solido 1 Tb.	1 año	\$110.00
Router N300.	5 años	\$38.00
Tintas Epson 544.	N/A	\$18.00 c/u
Mouse.	30 días	\$7.50
Teclado.	30 días	\$13.50
Parlantes.	30 días	\$12.50
Audífonos USB	60 días	\$34.00
Cámaras web.	30 días	\$25.00
Memory flash 16 Gb.	N/A	\$8.50

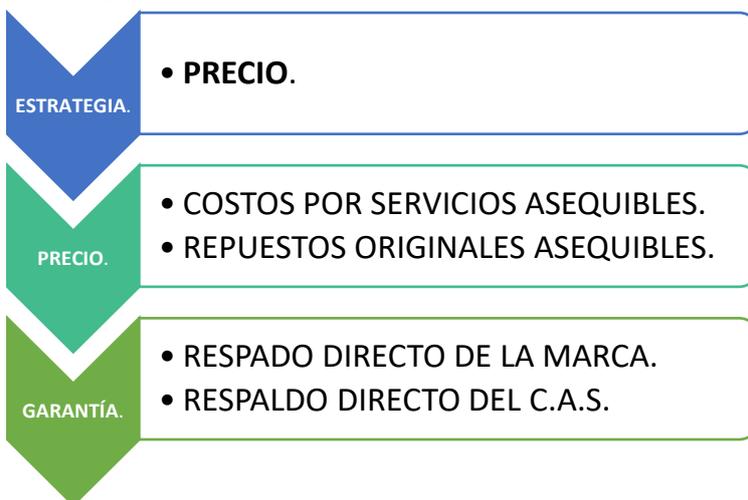
Micro SD clase 10. 64 Gb.	N/A	\$19.00
---------------------------	-----	---------

*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

### Figura 8

*Estrategia 2. Precio.*



*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

#### 3.4.1.5. Estrategia de la plaza

Las maneras en las que el servicio llegara al cliente final serán las 3 modalidades: a domicilio, de manera virtual, en el establecimiento.

A domicilio, será mediante un vehículo en el cual se transportará el técnico con sus respectivas herramientas, como también con los repuestos e insumos, para de esta manera brindar el servicio.

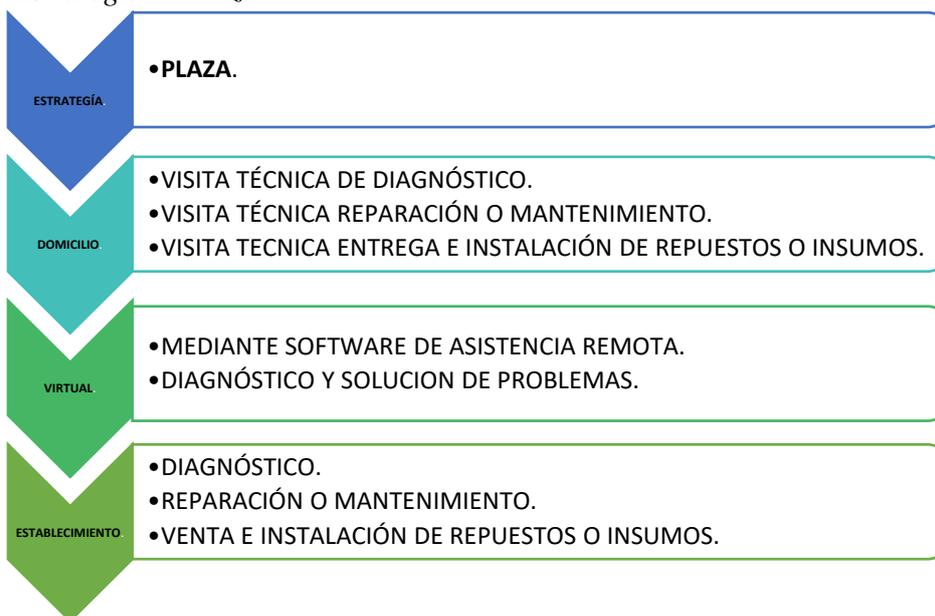
De forma virtual, se agenda una visita técnica virtual en la cual se programa la hora de acuerdo a la disponibilidad del cliente, se realiza el diagnóstico del problema, se indica el costo de solución al problema, se solicita el pago mediante transferencia bancaria y se procede a brindar el servicio.

En el establecimiento, el cliente llega con el/los equipos informáticos dañados, para ser recibidos en la recepción, en ese momento se indica los costos de diagnóstico técnico informático, se procede al diagnóstico, se solicita la cancelación, se procede a brindar el servicio de reparación.

De esta manera se pretende brindar el servicio de acuerdo a la necesidad del cliente, la mayoría de los clientes prefieren servicio a domicilio, al parecer es por lo complicado que es transportar los equipos desde distancias extensas, lo cual demanda de tiempo, dinero, seguridad, el objetivo de esta estrategia es llegar a donde el cliente nos solicite, facilitándole así su comodidad, ahorrándoles dinero tiempo y sobre todo no ponen en riesgo su integridad individual como también de los equipos informáticos.

### Figura 9

*Estrategia 3. Plaza.*



*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

### 3.5. Promoción

Tomado en cuenta que el servicio de soporte técnico informático se brindara a domicilio, se pretende realizar lo siguiente:

Obtener base de datos de los clientes, en cada visita técnica se solicitará los datos personales, para crear una base de datos en la cual consten los siguientes campos: nombres, apellidos, número telefónico, correo electrónico, fecha de nacimiento.

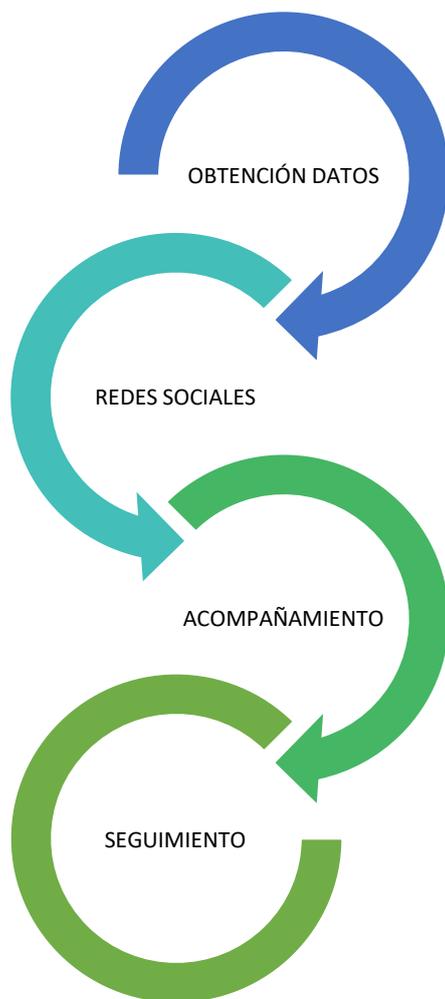
Usando la red social WhatsApp, enviaremos un link, el cual los direccionara a nuestra página de Facebook, en la cual tendremos la información de nuestros servicios, como también noticias interesantes vinculados a nuestros canales de YouTube, en nuestros estados de WhatsApp publicaremos Tic Tock de temas de interés en relación a los equipos informáticos, también enviaremos información de nuestras promociones mediante chat, mediante el correo electrónico adjunto a la factura se enviara el informe

de soporte técnico realizado, en el cual se detallara: diagnostico técnico, fotografías del proceso de reparación y recomendaciones de uso de acuerdo al problema solucionado.

De acuerdo con lo mencionado, se pretende llegar de esta manera al público objetivo, mediante sus percepciones en relación al servicio.

**Figura 10**

*Estrategia 4, Promoción*



*Fuente:* Propuesta desarrollada

Elaborado por: Oscar Jaramillo

## Conclusiones

- La aplicación bibliográfica del modelo CANVAS en este estudio ha sido acertada, ya que ha generado mucho valor para identificar factores del lienzo, mismos que nos permiten establecer parámetros y la aplicación de estrategias; directrices que se deben seguir para la administración adecuada de un negocio.
- El plan de acción basado en el marketing mix, ha permitido establecer una dirección para la innovación, mediante el servicio diferenciado con calidad total en constante cambio, lo cual conducirá al posicionamiento del negocio.
- Mediante la propuesta de valor se logra identificar que en el barrio Colinas del Valle es acertado implementar el negocio, ya que el servicio en sus 3 modalidades beneficiara a muchos habitantes del sector, teniendo como meta principal la fidelización.
- En el negocio de soporte técnico informático es muy importante brindar un servicio diferenciador, ya que el cliente busca una atención con calidad, calidez, seriedad y sobre todo honradez.

## Recomendaciones

- Se recomienda profundizar la aplicación del modelo CANVAS en el pensum de estudio, desde los primeros semestres, ya que existen muchos estudiantes que son emprendedores o tienen una idea de negocio, pero desconocen del método y su aplicación de manera adecuada.
- La innovación constante a más de enfocarse en los productos también debe enfocarse en la atención al cliente, tiene que ser personalizada, con acompañamiento, y retroalimentación factores que nos diferencien de la competencia.
- Para brindar productos y servicios de calidad, el emprendedor debe mantener una agenda de excelentes stakeholders quienes serán parte fundamental para que se cumplan los objetivos de un negocio.
- El negocio de soporte técnico informático, en la actualidad es muy demandante por los usuarios, pero debemos aprender a identificar como podemos crear en ellos fidelización, usando adecuadamente el lienzo CANVAS.

## Bibliografía

- Agencia de Promoción Económica CONQUITO. (01 de Junio de 2016). *Agencia de Promoción Económica CONQUITO*. Obtenido de Agencia de Promoción Económica CONQUITO: <http://conquito.org.ec/negocios-del-sur-del-distrito-se-revitalizan-con-el-programa-en-marcha/>
- Alcázar P. (2016-2017). *Relación Empresa - Cliente*. Obtenido de [https://www.edebe.com/ciclosformativos/zona-publica/UT09\\_830030\\_LA\\_CEyAC\\_CAS.pdf](https://www.edebe.com/ciclosformativos/zona-publica/UT09_830030_LA_CEyAC_CAS.pdf):  
[https://www.edebe.com/ciclosformativos/zonapublica/UT09\\_830030\\_LA\\_CEyAC\\_CAS.pdf](https://www.edebe.com/ciclosformativos/zonapublica/UT09_830030_LA_CEyAC_CAS.pdf)
- Ansoff, I. H. (1988). El planteamiento estratégico: Nueva tendencia de la administración. En I. H. Ansoff, *El planteamiento estratégico: Nueva tendencia de la administración*. México: Trillas.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (9 de Diciembre de 2016). *Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación*. Obtenido de Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec075es.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2 de Agosto de 2018- Última Modificación). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Obtenido de LEXISFINDER: <https://www.epn.edu.ec/wp-content/uploads/2018/08/LOES.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (28 de Febrero de 2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Obtenido de ASAMBLEA NACIONAL REPÚBLICA DEL ECUADOR: [file:///C:/Users/Personal/Downloads/SRO151\\_20200228.pdf](file:///C:/Users/Personal/Downloads/SRO151_20200228.pdf)
- Bracker, J. (1 de Abril de 1980). *The Historical Development of the Strategic Management Concept - Vol. 5, No. 2*. Obtenido de Academy of Management: <https://doi.org/10.5465/amr.1980.4288731>
- Bustamante L., C., & Rivas S., D. (2016). Capítulo 1. En B. L. Larry, & R. S. Andrés, *desarrollo de un modelo de gestión para apoyar la generación de microempresarios femeninos en el ámbito de la innovación en el sector rural de las comunas de el carmen y pinto* (págs. pag. 7-9). Chillán, Chile: Facultad de Ciencias Empresariales.

- Bustamante L., C., & Rivas S., D. (2016). *Desarrollo de un Modelo de Gestión para apoyar la generación de microemprendimientos femeninos en el ámbito de la innovación*. Chillán: Facultad de Ciencias Empresariales - Universidad de BÍO-BÍO.
- Carbajal, F. F. (2019). *Emprender para desprender : proyectos, emprendimientos, observatorio, integración emprendedora internacional*. En F. F. Carbajal, *Emprender para desprender : proyectos, emprendimientos, observatorio, integración emprendedora internacional* (pág. 196). Buenos Aires: Abrapalabra Editorial.
- Castillo, A. (1999). *Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional*. En A. Castillo, *Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional* (pág. 7). Chile: First Public Inc Chile S.A. .
- Chandler, A. D. (2003). *Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise*. *New York: Beard Books*, 18-22.
- Constitución de la República del Ecuador. (20 de 10 de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de <http://www.ug.edu.ec/talento-humano/documentos/CONSTITUCION%20DE%20LA%20REPUBLICA%20EL%20ECUADOR.pdf>
- Drucker, P. F. (2011). *La práctica del management*. En P. F. Drucker, *La práctica del management* (págs. 1-45). Barcelona: Ciro.
- EL COMERCIO. (24 de OCTUBRE de 2017). *'Ciudad Modelo' rescata la memoria de Solanda en +Arte Galería*. Obtenido de EL COMERCIO: <https://www.elcomercio.com/tendencias/memoria-historia-solanda-exposicion-artegaleria.html>
- EL COMERCIO. (7 de 7 de 2019). *EL COMERCIO*. Obtenido de EL COMERCIO: <https://www.elcomercio.com/actualidad/solanda-marin-carcelen-comercio-nocturno.html>
- Escobar Redín, E. S., Ramírez Terán, V. M., González Alonso, J. F., & Donoso Vargas, D. J. (46-51). *Desarrollo del modelo de negocio canvas en microempresas de las parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito*. *INNOVA Research Journal*, INNOVA Research Journal.
- Espinosa, R. (31 de 05 de 2015). *Marketing Strategist*. Obtenido de Marketing Strategist: <https://robertoepinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>

- Fernandez, H. (22 de Abril de 2020). *Modelo de negocio (o cómo conocer las actividades clave de tu empresa)*. Obtenido de ECONOMÍA TIC:  
<https://economiatic.com/modelo-de-negocio/>
- Gallego Abaroa, E. (2004). *"UNA investigación de las fuentes de la oferta y la demanda de trabajo en la historia del pensamiento económico"*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- González S., F. (S.f.). 5 Claves para innovar. Recomendaciones para destacar en un mercado global. En F. González S., *5 Claves para innovar. Recomendaciones para destacar en un mercado global* (págs. 30 - 95).
- Gulati R. (s.f.). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, 19: 293–317.
- Gutiérrez Gámez, J. A. (2013). *Emprendimiento y creación de empresas: teoría, modelos y Casos*. Bogotá: Ediciones Unisalle.
- Hernández S., R., Fernández C., C., & Baptista L., M. d. (2017). *Metodología de la Investigación*. Mexico: MC GRAW HILL.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Censo de Población y vivienda*. QUITO: INEC.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (S.F. de S.F. de 2010). *Proyecciones Poblacionales*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos:  
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Karina Sánchez de los S. (2012). Costos I. En Karina Sánchez de los S., *Costos I* (págs. 36-48). México: RED TERCER MILENIO.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). El emprendimiento en América Latina. En D. Lederman, J. Messina, S. Pienknagura, & J. Rigolini, *El emprendimiento en América Latina* (págs. 1-16). Washington: Banco Mundial.
- Lepkowski, J. M., tucker, C., Brick, J. M., Leeuw, E., Japoc, L., Lavrakas, P., . . . Sangster, R. (2007). *Advances in Telephone Survey*. Nueva York: Wiley-Interscience.
- Magretta, J. (2012). Why business models. *Harvard Business Review*, 86-93.  
doi:<https://doi.org/10.1007/s11365-012-0234-3>
- Martínez P., C. (20 de Abril de 2018). *Celestino Martínez* . Obtenido de Celestino Martínez : <https://celestinomartinez.com/propuesta-de-valor-retail/>
- Moyano, L. (2015). Plan de Negocio. En L. Moyano, *Plan de Negocio* (págs. 18-20). Lima, Perú, Perú: Macro EIRL.

- Murray S, & Larry S. (2009). Estadística. 4ta edición. En Murray S, & Larry S, *Estadística. 4ta edición* (págs. 33-59). México: Mc Graw-Hill.
- Orrego, C. (2017). La voluntad para emprender: Modelo de formación E3. En C. Orrego, *La voluntad para emprender: Modelo de formación E3* (págs. 9-62). Medellín, Colombia: Universidad De Antioquia.
- Ostewalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Alan, S. (2015). Diseñando la Propuesta de Valor. En A. Ostewalder, Y. Pigneur, G. Bernarda, & S. Alan, *Diseñando la Propuesta de Valor* (págs. 1-80). BARCELONA: Centro de Libros PARPF, S.LU.
- Palacios P., M., & Duque O., E. (2011). Modelos de negocio: propuesta de un marco. *Administración & Desarrollo*, 39 (53), 23-34.
- Pardo, C. E. (2020). Estadística descriptiva multivariada. En C. E. Pardo, *Estadística descriptiva multivariada* (pág. Junio). Bogotá: Facultad de Ciencias - Universidad Nacional de Colombia.
- Porter, M. (2004). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. En M. Porter, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* (pág. 397). New York. Estados Unidos de Norteamérica: Simon & Schuster Ltd.
- Real Academia, E. (23 de Septiembre de 2021). *Diccionario de la lengua española 23.<sup>a</sup> ed.* Obtenido de Diccionario de la lengua española 23.<sup>a</sup> ed.: <https://dle.rae.es>
- Rojas R. Ivania, P. (Septiembre de 2021). Modelo Canvas para el desarrollo de microemprendimientos ubicados en la parroquia de Solanda. *Trabajo de Titulación*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Romero, P. (2011). Gestión integrada en Mypimes: Fundamentos y estructura general. En P. Romero, *Gestión integrada en Mypimes: Fundamentos y estructura general* (págs. 13-49). Colombia: UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA.
- Sandoval, L. A. (S.F. de S.F. de S.F.). *Marco Teórico*. Obtenido de UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR: <https://leo.uniandes.edu.co/index.php/menu-escritura/textos-de-investigacion/84-marco-teorico>
- Sorrentino, M., & Smarra, M. (2015). Modelos de negocio para mercados electrónicos. Mercados electrónicos. *Open Journal of Accounting*, 3-8. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1080/10196789800000016>
- Stein, G. (2004). *Management y el arte de gobernar según Peter Drucker*. Obtenido de eLibro: <https://elibro.net/es/ereader/uce/97453?page=2>

Weinberger V., K. (2009). Plan de Negocios - Herramientas para evaluar un plan de negocios. En K. W. Villagrán, *Plan de Negocios - Herramientas para evaluar un plan de negocios* (pág. 33). Lima - Perú: Media Corp Perú.

## Anexos

## Anexo 1

## Certificado antiplagio



**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
 magister

## JARAMI~1

5%  
 Similitudes

< 1%  
 Texto entre comillas  
< 1% similitudes entre comillas

0%  
 Idioma no reconocido

Nombre del documento: JARAMI~1.PDF ID del documento: fc344d3026c74c6a61f24140b9e3e462434576be Tamaño del documento original: 907,93 ko	Depositante: Gladys Barragan Fecha de depósito: 17/3/2023 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 17/3/2023	Número de palabras: 17.544 Número de caracteres: 132.534
--	---	---

Ubicación de las similitudes en el documento:



### ≡ Fuentes

#### Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 <a href="http://www.dsace.uce.edu.ec">www.dsace.uce.edu.ec</a> http://www.dsace.uce.edu.ec/bitstream/25000/27883/1/UJCE-FCA-CPO-ROJAS IVANIA.pdf 5 fuentes similares	3%		Palabras idénticas : 3% (604 palabras)
2	 <a href="https://www.promonegocios.net">www.promonegocios.net</a>   DEFINICIÓN DE EMPRESA - Promonegocios.net https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (57 palabras)
3	 <a href="https://edukativos.com">edukativos.com</a>   Razonamiento deductivo - Apuntes para universitarios https://edukativos.com/apuntes/archives/64#:~:text=El razonamiento deductivo es un enfoque lógico e... 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (46 palabras)
4	 <a href="http://repositorio.utn.edu.ec">repositorio.utn.edu.ec</a> http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/12478/2/02_ICA_1789_TRABAJO DE GRADO.pdf 17 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (45 palabras)
5	 <a href="https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec">repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec</a> https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/243/1/Romero Gonzalez Andres ... 17 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (43 palabras)

#### Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 <a href="http://repositorio.ug.edu.ec">repositorio.ug.edu.ec</a> http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/65432/1/BINGQ-ISCE-22P83.pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (34 palabras)
2	 <a href="http://repobib.ubiobio.cl">repobib.ubiobio.cl</a>   Repositorio Digital - Sistema de Bibliotecas Universidad del Blo-... http://repobib.ubiobio.cl/jspui/handle/123456789/1537	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (34 palabras)
3	 <b>Documento de otro usuario</b> #98a913 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (20 palabras)
4	 <b>Documento de otro usuario</b> #ac42e0 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (19 palabras)
5	 <a href="https://es.scribd.com">es.scribd.com</a>   Emprendedores Como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional   ... https://es.scribd.com/document/29858941/Emprendedores-como-Creadores-de-Riqueza-y-Desarrollo...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (17 palabras)

#### Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 1  <http://conquito.org.ec/negocios-del-sur-del-distrito-se>
- 2  <https://www.edebe.com/ciclosformativos/zona>
- 3  [https://www.edebe.com/ciclosformativos/zonapublica/UT09\\_830030\\_LA\\_CEyAC](https://www.edebe.com/ciclosformativos/zonapublica/UT09_830030_LA_CEyAC)
- 4  <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec075es.pdf>
- 5  <https://www.epn.edu.ec/wp-content/uploads/2018/08/LOES.pdf>

**Anexo 2****Cuestionario**

**1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?**

- A. 10 – 18 años
- B. 19 - 30 años
- C. 31 – 41 años
- D. 42 en adelante

**2. ¿Reside permanente en el sector del Barrio Colinas del Valle?**

- A. Si
- B. No

**3. ¿Cuenta usted con equipos computacionales en su hogar u oficina?**

- A. Si
- B. No

**4. ¿Cuántas computadoras tiene en su hogar?**

- A. 1-3
- B. 3-5
- C. 5 o más

**5. ¿Qué tipo de computador utiliza?**

- A. Portátil / laptop
- B. Escritorio
- C. Todo en uno
- D. Tablet

**6. ¿Ha requerido algún mantenimiento técnico o reparación para su equipo computacional?**

- A. Si
- B. No

**7. ¿Cuál fue la última vez que realizo mantenimiento a sus equipos computacionales?**

- A. Hace 1 mes
- B. Hace 3 meses
- C. Hace 1 año
- D. Nunca desde que la adquirió

**8. ¿Qué marca de dispositivo computacional es de su preferencia?**

- A. Lenovo
- B. Hp
- C. Asus
- D. Acer
- E. Toshiba
- F. Samsung.

**9. ¿Cómo desearías ser atendido?**

- A. Domicilio
- B. En nuestro local
- C. De forma virtual.

**10. ¿Cómo desearía realizar su pago?**

- A. Efectivo
- B. Transferencia bancaria
- C. Cheque
- D. Crédito.