



Tecnología Superior en Administración

Título de la propuesta: Modelo de negocios CANVAS para la creación de CompuRepuestos Store sector Cotacollao

Trabajo de titulación presentado como requisito previo para optar por el título de Tecnóloga Superior en Administración

Autor:

Vizueté Calderón, Camila Brigette

Tutor:

Calvopiña, Augusto

Quito, marzo - 2023

DERECHO DE AUTOR

Yo, Camila Brigitte Vizuite Calderón con cedula de identidad 1725662371, en calidad de autor del trabajo de grado descrito, cedo los derechos al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha, para su publicación en el repositorio digital institucional, como apoyo a la educación, de acuerdo a la Ley de Educación Superior artículo 144.

Quito, 10 de marzo del 2023

Atentamente,

Nombre: Camila Brigitte Vizuite Calderón

Cedula I.: 1725662371

Teléfono: 0987130212

Correo Electrónico: camila_192001@hotmail.com

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Vizuite Calderón Camila Brigette con cédula de identidad 1725662371, en condición de egresada de la Carrera de Administración, manifiesto que todo el contenido incluido en este trabajo de titulación, tales como conceptos, ideas, etc., han sido formulados mediante una investigación minuciosa, respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros cuyas fuentes se incluyen en la bibliografía según las referencias al final de los apartados correspondientes. Por lo cual declaro que este trabajo es de mi autoría, haciéndome así responsable de toda la información incluida en el mismo.

Quito, 10 de marzo del 2023

Atentamente,

Vizuite Calderón Camila Brigette
1725662371

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha”

Certifico:

Que el Trabajo de Investigación **MODELO CANVAS para la creación de CompuRepuestos Store sector Cotacollao**, presentado por la estudiante Vizuite Calderón Camila Brigitte de la promoción 3TSAQm5, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

Quito, 10 de marzo del 2023.

Atentamente,

Dr.: José Augusto Calvopiña Molina
Cedula I.: 0500741723

DEDICATORIA

Este proyecto de titulación dedico primeramente a mis padres por haberse esforzado tanto para pagarme todos mis estudios, apoyarme en cada decisión y por tenerme mucha paciencia en todo este proceso; a mi hermana por ayudarme y alentarme cada momento que sentía que ya no podía; a mi hijo para que se sienta orgulloso de mi y por ser mi fuerza y motor para seguir adelante; pero sobretodo se lo dedico a Dios por haber sido mi luz en esta larga travesía.

Camila Vizuete Calderón

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por tantas bendiciones que me ha brindado; a mis padres por siempre estar a mi lado aconsejándome y alentándome a seguir adelante, por siempre estar pendientes de mis necesidades y sobre todo por el esfuerzo que han hecho para brindarme su apoyo económico; agradezco a mi hermana por estar siempre para mí, escuchándome y ayudándome en todo lo que necesito y en especial agradezco a mi hijo por acompañarme día a día en mis clases y en todo el proceso de elaboración de mi trabajo de titulación. Gracias a cada integrante del Instituto Tecnológico Universitario Honorable Consejo Provincial de Pichincha por brindarnos tantas comodidades para poder lograr nuestras metas y a nuestro tutor por siempre estar pendiente en cada detalle de este proyecto para que culmine siendo un éxito.

RESUMEN Y PALABRAS CLAVES

El presente proyecto de investigación, Modelo Canvas para la creación de CompuRepuestos Store sector Cotocollao, tiene como objeto brindar una posible solución y beneficio de los moradores del sector Cotocollao, basado en la venta de productos tecnológicos y servicio de mantenimiento. En el capítulo 1 del siguiente proyecto se describe el abordaje de las interrogantes que surgen en el análisis del tema propuesto, seguido de la identificación de objetivos que indican las metas a alcanzar con este proyecto de investigación, y el marco teórico que especifica las más importantes Definición para la realización de este trabajo. El segundo capítulo del siguiente proyecto define el diseño metodológico relacionado con el trabajo de investigación. La unidad de análisis utilizada para obtener los resultados también nos ayudó a confirmar las necesidades de la población del sector de Cotocollao. Este capítulo proporciona un análisis de los resultados. En el Capítulo 3, la propuesta de proyecto se construye utilizando la metodología del MODELO CANVAS e incluye 9 elementos, a saber: segmentación de mercado, propuesta de valor, canal, relación con el cliente, fuente de ingresos, actividad clave, recurso, clave, socio clave, estructura de costos; y destacará los beneficios que se obtendrán de este proyecto de investigación.

Palabras claves: tecnológico, aparatos tecnológicos, marketing, publicidad, productos, negocio, servicio, clientela, mercado, distintos medios.

ABSTRACT Y PALABRAS CLAVES

The purpose of this research project, Canvas Model for the creation of CompuRepuestos Store in the Cotocollao sector, is to provide a possible solution and benefit for the residents of the Cotocollao sector, based on the sale of technological products and maintenance services. Chapter 1 of the following project describes the approach to the questions that arise in the analysis of the proposed topic, followed by the identification of objectives that indicate the goals to be achieved with this research project, and the theoretical framework that specifies the most important ones. Definition for carrying out this work. The second chapter of the following project defines the methodological design related to the research work. The unit of analysis used to obtain the results also helped us to confirm the needs of the population of the Cotocollao sector. This chapter provides an analysis of the results. In Chapter 3, the project proposal is built using the canvas model methodology and includes 9 elements, namely: market segmentation, value proposition, channel, customer relationship, revenue source, key activity, resource, key , key partner, cost structure; and will highlight the benefits that will be obtained from this research project.

Keywords: technological, technological devices, marketing, advertising, products, business, service, clientele, market, different media.

INDICE GENERAL

DERECHO DE AUTOR.....	2
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	3
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO.....	6
RESUMEN Y PALABRAS CLAVES	7
ABSTRACT Y PALABRAS CLAVES.....	8
Introducción	1
Tema.....	2
Planteamiento - Formulación del problema	2
Justificación.....	3
Idea a defender	3
Objetivos	3
Objetivo general	3
Objetivos Específicos.....	3
Líneas y sublíneas de investigación	4
CAPÍTULO I.....	5
1. MARCO TEÓRICO.....	5
1.1 Modelo de Negocio	5
1.2 Modelo de Negocio Canvas	5
1.3 Elementos del Lienzo Canvas	5
1. Segmentos de mercado	5
2. Propuesta de valor.....	5
3. Canal	5

4.	Relación con el cliente.....	6
5.	Fuentes de ingresos.....	6
6.	Actividades clave.....	6
7.	Recursos clave.....	6
8.	Socios clave.....	6
9.	Estructuras de coste.....	6
1.4	Beneficios del Lienzo Canvas.....	7
2.	Marco Conceptual.....	7
2.1	Tecnología.....	7
2.2	Mantenimiento de aparatos tecnológicos.....	7
2.3	Productividad.....	8
2.4	Venta.....	8
2.5	Producto.....	8
2.6	Repuestos.....	8
2.7	Computadora de escritorio.....	8
2.8	Laptop.....	8
2.9	Impresora.....	8
3.	Marco Legal.....	9
3.1	RAET.....	9
3.2	LUAE.....	9
4	Marco Espacial.....	10
CAPÍTULO II.....		11
1. DIAGNOSTICO DE MERCADO.....		11
2. Diseño metodológico.....		11
2.2.1	Enfoque cuantitativo.....	11
2.2.2	Método científico.....	12

2.2.3 Investigación de campo.....	12
2.2.4 Investigación exploratoria.....	12
2.1 Técnicas de Investigación	12
2.1.1. Encuesta	13
3. Población.....	13
3.2.1 Mapa Político de la Ciudad de Quito	13
3.2.2 Población del Distrito Metropolitano de Quito año 2021	14
3.2.3 Muestra.....	15
3.3.4 Segmentación de mercado y clientes	16
3.1 Cálculo de la Muestra.....	17
3.1.1 Análisis e interpretación de resultados.....	18
3.1.2 Conclusión del diagnóstico situacional.....	28
CAPÍTULO III.....	29
1. PROPUESTA.....	29
3.1.Segmentación de Mercado	29
3.1.1 Matriz Psicográfica	30
3.1.2 Matriz Geográfica	30
3.1.3 Matriz Demográfica	31
3.2. Propuesta de Valor	32
3.3. Canales de Distribución	33
3.4. Relación con el Cliente	35
3.5. Fuentes de Ingreso.....	36
3.5.1 Proyección de ventas.....	37
3.5.2 Presupuesto de venta anual	38
3.6. Recursos Clave.....	38
3.6.1 Organigrama estructural CompuRepuestos.....	39

3.6.2 Recursos Financieros	40
3.7. Actividades Clave	40
3.8. Asociados Clave.....	41
3.9. Estructura de Costos.....	43
3.10 Utilidad.....	45
3.11 Punto de equilibrio	46
3.11.1 Interpretación punto de equilibrio.....	47
1.10. Lienzo CANVAS	48
CONCLUSIONES	49
RECOMENDACIONES	49
Bibliografía	50
Anexos.....	52

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1	7
Figura 2 Sector Cotocollao	10
Figura 3	13
Figura 4	14
Figura 5	16
Figura 6	16
Figura 7	18
Figura 8	19
Figura 9	20
Figura 10	21
Figura 11	22
Figura 12	23
Figura 13	24
Figura 14	25

Figura 15	26
Figura 16	27
Figura 17	29
Figura 18	32
Figura 19	33
Figura 20	34
Figura 21	35
Figura 22	36
Ilustración 23	38
Figura 24	40
Figura 25	41
Figura 26	43
Figura 27	46
Figura 28	52

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1	4
Tabla 3	14
Tabla 4	18
Tabla 5	19
Tabla 6	20
Tabla 7	21
Tabla 8	22
Tabla 9	23
Tabla 10	24
Tabla 11	25
Tabla 12	26
Tabla 13	27
Tabla 14	30
Tabla 15	30
Tabla 16	31
Tabla 17 <i>Propuesta de Valor</i>	33

Tabla 18	34
Tabla 19	35
Tabla 20	37
Tabla 21	37
Tabla 22	38
Tabla 23	39
Tabla 24	39
Tabla 25	40
Tabla 26	41
Tabla 27	42
Tabla 28	42
Tabla 29	43
Tabla 30	45
Tabla 31	45
Tabla 32	46
Tabla 33	48

Introducción

En estos últimos años hemos podido observar una gran pérdida de las ventas e ingresos de CompuRepuestos debido a la pandemia que se desato, sumergiéndonos así en varios meses de confinamiento total, lo cual nos llevó obligadamente a cerrar todo lugar comercial y fuente por la cual cada persona generábamos nuestros ingresos económicos.

“CompuRepuestos” es un modelo empresarial que tiene como objetivo generar valor agregado a través del servicio y comercialización tecnológica en la parroquia Cotocollao, región norte del Distrito Metropolitano de Quito. Permittiéndonos entonces ofrecer a la venta todo tipo de aparato y repuesto tecnológico, también brindar un servicio y mantenimiento técnico de primera mano para sus equipos electrónicos.

El MODELO CANVAS de este proyecto investigativo consta de tres capítulos. El Capítulo I trata el problema, analiza las variables situacionales que lo afectan y el propósito del modelo de negocio, también incluye conceptos esenciales de investigación y fundamentos teóricos que serán necesarios al momento de desarrollar un modelo de negocio. El Capítulo II analiza el comportamiento del mercado, la oferta y la demanda donde se desarrollará y finalmente el Capítulo III desarrolla el MODELO CANVAS en base a los conocimientos teóricos comentados anteriormente.

Tema

Modelo Canvas para la creación de CompuRepuestos Store sector Cotocollao.

Planteamiento - Formulación del problema

A raíz de la pandemia provocada por el virus Covid-19 el mundo tomo medidas preventivas para salvaguardar la salud de todos implementando tanto clases virtuales como teletrabajo, aumentando así la necesidad de obtener un aparato electrónico.

Formando una gran problemática sobretodo económico en la mayoría de nuestra población, motivo por el cual hemos decidido crear bajo el MODELO CANVAS a CompuRepuestos Store.

En el sector de Cotocollao no logramos encontrar un local que satisfaga completamente las necesidades de los clientes. Por lo que nos preguntamos

¿Cuán beneficiosa es la creación de CompuRepuestos Store en el sector Cotocollao?

Para lograr nuestros objetivos tenemos investigar diferentes formas para obtener proveedores que nos brinden productos de calidad, originales y con garantías, así mismo como ofrecer un servicio de calidad a nuestros consumidores pero sobre todo a precios accesibles.

Justificación

Las razones por las que nos llevaron a investigar un modelo de negocio Canvas para la creación de CompuRepuestos Store está basado en brindar un buen servicio a nuestros clientes y llevarles artículos de calidad pero sobretodo que sean accesibles a su alcance económico, también poder llegar a brindar una fuente de empleo.

El sector en el cual nos encontramos situados es un lugar muy comercial, el cual nos brinda excelentes resultados de ventas, por lo cual es inevitable aplicar las estrategias adecuadas que hemos investigado permitiéndonos así expandir nuestro mercado y captar mayor clientela.

Idea a defender

La creación de CompuRepuestos Store sector Cotocollao apoyado en el modelo de negocio Canvas beneficiara a las personas económicamente y quedaran totalmente satisfechas con nuestro servicio y productos tanto originales como de calidad, dándoles así mucho tiempo de vida a sus aparatos electrónicos.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un plan de negocios mediante el MODELO CANVAS para lograr efectuar la creación de CompuRepuestos Store sector Cotocollao.

Objetivos Específicos

- Apoyar teóricamente la ejecución del MODELO CANVAS para la creación de CompuRepuestos Store en el sector de Cotocollao.
- Efectuar un diagnostico situacional en la ejecución del MODELO CANVAS para la creación de CompuRepuestos Store sector Cotocollao.

- Desplegar una propuesta apoyada en la ejecución del MODELO CANVAS para la creación de CompuRepuestos Store sector Cotocollao.

Líneas y sublíneas de investigación

Tabla 1

Líneas y Sublíneas de investigación

Tema de Investigación	Modelo Canvas para la creación de CompuRepuestos Store sector Cotocollao.
Línea de Investigación	Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario.
Sublíneas de Investigación	Promoción de iniciativas de la economía popular y solidaria, micros empresas, talleres artesanales y pequeñas empresas.

Fuente: ITSHCPP

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Modelo de Negocio

Es una herramienta previa al plan de negocio, cuyo objetivo es permitir conocer con claridad el tipo de negocio que se va a crear e introducir en el mercado, a quién va dirigido, cómo se va a vender y cómo se van a conseguir los ingresos. Se utilizan para describir y clasificar negocios emprendedores y también en el contexto de empresa. (Peiró, 2021)

1.2 Modelo de Negocio Canvas

El Business Modelo Canvas o Modelo Canvas es un modelo en el cual podemos plasmar nuestras ideas con el objetivo de visualizar la factibilidad de nuestro proyecto.

1.3 Elementos del Lienzo Canvas

Para que se pueda utilizar esta metodología es necesario que se rellene de información los nueve bloques de los que consta, dejando claras las características de la empresa que se quiere crear. (Molina, 2021)

1. Segmentos de mercado

Representación visual de los puntos principales de cada grupo de consumidores. ¿Quién es mi cliente? ¿A quién me dirijo?.

2. Propuesta de valor

Es un recurso para comunicar de manera objetiva y directa los beneficios que una organización puede ofrecer a sus consumidores.

3. Canal

¿Cómo podrán comprar nuestro producto? El medio en el cual nuestros clientes podrán solicitar nuestros productos ya sea en línea o en local físico.

4. *Relación con el cliente*

¿Cómo crees que podrías captar nuevos clientes y cuál es la mejor manera de relacionarte con ellos? Es fundamental crear un vínculo con cada uno de nuestros clientes y definir cómo será nuestra relación.

5. *Fuentes de ingresos*

¿Cómo generas ingresos?, ¿Cómo es el flujo?, ¿diario, mensual, fijo, variable, estacional? Esta información es clave para la rentabilidad y sostenibilidad de tu propuesta de valor. (Javier, 2021)

6. *Actividades clave*

Son la labor estratégica fundamental de llevar dinámicamente las iniciativas de costes al mercado

7. *Recursos clave*

Abarca los activos estratégicos que una empresa debe tener para crear y mantener su modelo de negocio: bienes tangibles, maquinarias, local comercial, tecnologías, know-how, recursos humanos. (Javier, 2021). Es decir recursos físicos que necesitaremos para llevar a cabo el negocio.

8. *Socios clave*

Identificar la red de proveedores y asociados necesarios para llevar adelante el modelo de negocio. (Javier, 2021)

9. *Estructuras de coste*

Implica los costos que tendrá la empresa para hacer funcionar el modelo de negocio. Es importante definir la causa del costo y si son fijos o variables, para optimizar y lograr un modelo más eficiente. (Javier, 2021)

Figura 1
Lienzo Modelo Canvas



1.4 Beneficios del Lienzo Canvas

Esta herramienta se utiliza para comprender el modelo de negocio el modelo Canvas es lo suficientemente efectivo como apoyo para que la administración piense en el futuro y se proyecte a corto y mediano plazo.

2. Marco Conceptual

2.1 Tecnología

Entendemos por tecnología a los conocimientos basados en la ciencia que nos permite por medio de varios pasos llegar a técnicas para la solución de ciertos problemas reales de manera sistemática y racional.

2.2 Mantenimiento de aparatos tecnológicos

Es la práctica de revisar, reparar, limpiar y/o actualizar nuestro aparato tecnológico dándonos así un mejor funcionamiento del mismo.

2.3 Productividad

Es la capacidad humana, física y económica para llegar a lograr nuestros objetivos permitiendo que las personas alcancen su potencial y de esta manera obtengan una mejor calidad de vida.

2.4 Venta

Es una de las actividades más importantes y prácticas para una organización u empresa ya que esta ayuda a liquidar productos y servicios a las personas generando resultados rentables.

2.5 Producto

Diversas cualidades tangibles e intangibles como tamaño, precio, calidad, etc. Es un suministro que cubre las necesidades de las empresas. Cualquier cosa que puedas vender como un bien o servicio.

2.6 Repuestos

Piezas utilizadas para reemplazar máquinas originales que se han deteriorado o fallado debido al uso diario.

2.7 Computadora de escritorio

Ordenador personal, diseñado y fabricado para ser instalado en una ubicación estática, como un escritorio o mesa.

2.8 Laptop

Dispositivo informático diseñado y fabricado para mover o transportar con relativa facilidad.

2.9 Impresora

Dispositivo periférico de salida del ordenador que permite producir una gama permanente de textos o gráficos de documentos almacenados en un formato

electrónico, imprimiéndolos en medios físicos, normalmente en papel, utilizando cartuchos de tinta o tecnología láser.

3. Marco Legal

3.1 RAET

Registro de Actividades Económicas Tributaria, conocido por sus siglas como RAET, con cuyo registro, el Municipio asigna al contribuyente con un número para su inscripción en el catastro, lo que anteriormente se conocía como número de patente. Una vez que el usuario registre el RAET puede realizar la declaración anual y los pagos de impuestos, única y exclusivamente vía internet. (Quito informa, 2021)

3.2 LUAE

Es el permiso de funcionamiento que otorga el GAD del Distrito Metropolitano de Quito, al desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito. (Quito digno, s.f.)

4 Marco Espacial

Nos enfocaremos en el sector Cotocollao, ya que su crecimiento comercial ha sido notable en estos últimos años, formado en su mayoría de varias organizaciones que brindan diferentes servicios y productos lo cual atrae a diferentes personas con gustos y necesidades diversos.

Figura 2 Sector Cotocollao



Fuente: Google Maps

CAPÍTULO II

1. DIAGNOSTICO DE MERCADO

Esta investigación la realizaremos utilizando la metodología descriptiva cuantitativa ya que es la encargada de estudiar una situación de forma directa y explorar la misma mediante el uso de herramientas como las encuestas, estadísticas, entre otras y establecer con claridad y veracidad lo investigado, se la aplicaremos a las personas que radiquen en la ciudad de Quito sector Cotocollao y necesiten productos o servicios tecnológicos.

Nos basaremos en el método del caso ya que la teoría abarca la opinión de nuestra población utilizando una serie de preguntas concretas en las que la posición del sujeto está profundamente expresada, al igual que la razón de ser de este punto de vista.

Para obtener la información deseada utilizaremos la técnica de la encuesta en la cual plantearemos todas las variables necesarias para realizar este estudio. Compararemos datos históricos sobre la población del área del Distrito Metropolitano de Quito actualmente, basándonos en los datos emitidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, luego de esto definiremos la cantidad de habitantes en el sector Cotocollao.

Utilizaremos también la técnica de muestreo ya que consideraremos por el momento únicamente a las personas que creen que pueden contribuir activamente a este proyecto. El universo de trabajo para este estudio serán solo los individuos situados en la ciudad de Quito sobretodo en el sector de Cotocollao o sus aledaños y que tengan la predisposición de asistir nuestra investigación.

2. Diseño metodológico

2.2.1 Enfoque cuantitativo

Es un método de investigación que utiliza herramientas de análisis matemático y estadístico para describir, explicar y predecir fenómenos mediante

datos numéricos. (Quaktrics.com, s.f.). Nos enfocaremos a recopilar datos numéricos sobre nuestra población para así responder a nuestras dudas investigativas y demostrar ciertas hipótesis.

2.2.2 Método científico

Es una técnica que nos permite llegar a un conocimiento que pueda ser considerado válido desde el punto de vista de la ciencia. (Westreicher, 2020). Mediante este método utilizando herramientas fiables con las cuales podremos adquirir datos científicamente válidos.

2.2.3 Investigación de campo

Es la recopilación de datos nuevos de fuentes primarias para un propósito específico. Es un método de recolección de datos cualitativos encaminado a comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural. (Question Pro, s.f.). Este método nos ayudara de manera más personalizada a entender lo que quieren y necesitan las personas de nuestro servicio ayudándonos así a brindarles mayor satisfacción.

2.2.4 Investigación exploratoria

Tiene como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos. Siendo su objetivo obtener información que permita comprenderlos mejor; aunque posteriormente esta no sea concluyente. (Arias, 2020). Esta nos guiara en la obtención de datos los cuales nos ayudaran a alcanzar conclusiones estadísticas.

2.1 Técnicas de Investigación

Para llevar a cabo el desarrollo de la siguiente investigación sobre modelo de negocio utilizaremos la técnica de la encuesta para así recopilar datos y posterior su cuantificación.

2.1.1. Encuesta

Es una herramienta de investigación que nos sirve para la recopilación de datos que se dirige a los sujetos de la encuesta con preguntas orientadas a la situación que se investiga y se puede realizar directamente por teléfono o en línea en una variedad de formas. Los resultados obtenidos se pueden calcular para su posterior análisis.

3. Población

Para delimitar el grupo de personas a las que intentamos alcanzar vamos a investigar y realizar una comparativa de los datos históricos sobre la cantidad de población que el Distrito Metropolitano de Quito ha tenido en los últimos años, según los informes emitidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

3.2.1 Mapa Político de la Ciudad de Quito

Figura 3

Mapa Político Ciudad de Quito

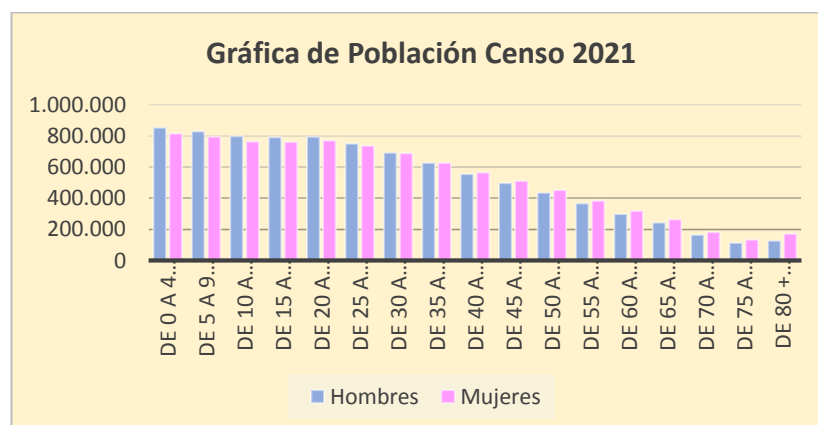


Fuente: Información Ecuador

3.2.2 Población del Distrito Metropolitano de Quito año 2021

Figura 4

Población Censo 2021



Elaborado por: Elaboración propia

Fuente: Expansión/datosmacro.com

Tabla 2

Distribución por Edades año 2021

Rango de Edad	Hombres	Mujeres	%
De 0 a 4 años	855.618	817.241	9,35%
De 5 a 9 años	830.129	794.477	9,08%
De 10 a 14 años	797.977	764.421	8,73%
De 15 a 19 años	792.681	762.727	8,70%
De 20 a 24 años	796.804	771.407	8,77%
De 25 a 29 años	750.844	735.815	8,31%
De 30 a 34 años	693.883	688.506	7,73%

De 35 a 39 años	626.486	627.206	7,01%
De 40 a 44 años	555.813	564.474	6,26%
De 45 a 49 años	496.841	511.441	5,64%
De 50 a 54 años	434.973	451.691	4,96%
De 55 a 59 años	365.564	383.371	4,19%
De 60 a 64 años	300.012	319.312	3,46%
De 65 a 69 años	242.290	263.321	2,83%
De 70 a 74 años	163.892	183.120	1,94%
De 75 a 79 años	114.431	133.753	1,39%
De 80 + años	126.938	171.015	1,67%
Total	8.945.176	8.943.298	100,00%
TOTAL MUESTRA	17.888.474		

Elaborado por: Elaboración propia

3.2.3 Muestra

La población económicamente activa que tomaremos en cuenta en este proyecto corresponde a la población masculina y femenina de la parroquia Cotocollao que forma parte de la zona Centro Norte del Distrito Metropolitano de Quito, la cual según los datos obtenidos del último Censo Nacional del año del

2010 cuenta con 31.623 habitantes de los cuales son hombres que representan el 47.99% y por 16.261 mujeres, que representan el 52.01% de la población.

Figura 5

Administraciones La Delicia, zona 5 DMQ



Fuente: Repositorio/ División Política del Ecuador

Figura 6

Unidad Distrital Cotocollao

No	CIRCUITOS	PARROQUIAS
1	17D03C05_06_07_12	EL CONDADO, NONO
2	17D03C10_11_16	SAN ANTONIO DE PICHINCHA, CALACALI
3	17D03C02	CHAVEZPAMBA, ATAHUALPA, PERUCHO
4	17D03C03_04	SAN JOSE DE MINAS
5	17D03C08_09_13	PONCIANO, COTOCOLLAO
6	17D03C17	CARCELEN, COTOCOLLAO
7	17D03C14_15	POMASQUI
8	17D03C01	PUELLARO
9	17D03C18_19	COMITÉ DEL PUEBLO

Fuente: Municipio de Quito

3.3.4 Segmentación de mercado y clientes

Para la fragmentación del mercado meta que necesitamos para colocar nuestro producto y servicio, sino que además sea apreciado por los valores adicionales que tiene como un beneficio adicional para el mejor funcionamiento de sus aparatos electrónicos y la oportunidad que tenemos para reconectarnos con la tecnología y la evolución tecnológica de nuestro mundo, es que hemos analizados aspectos entre nuestros clientes como son los rasgos de personalidad,

clase social, intereses en común, estilo de vida, creencias y además de las influencias psicológicas que sumadas a los beneficios obtenidos al adquirir nuestro producto y/o servicio es que podemos lograr una mejor ruta para destacar los valores de nuestra marca e identificar las oportunidades de posicionamiento de la misma.

3.1 Cálculo de la Muestra

Ocuparemos la siguiente fórmula para realizar nuestra operación:

Fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

N = Población Total = 31 623

Za2 = Nivel de confianza = 95% = 1.96²

p = 5% = 0.05

q = (1- p) = 0.95

d = % precisión = 3%

$$n = \frac{31623 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2 * (31623 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{5770.438548}{28.642276}$$

n = 201

3.1.1 Análisis e interpretación de resultados

DATOS INFORMATIVOS

- Género

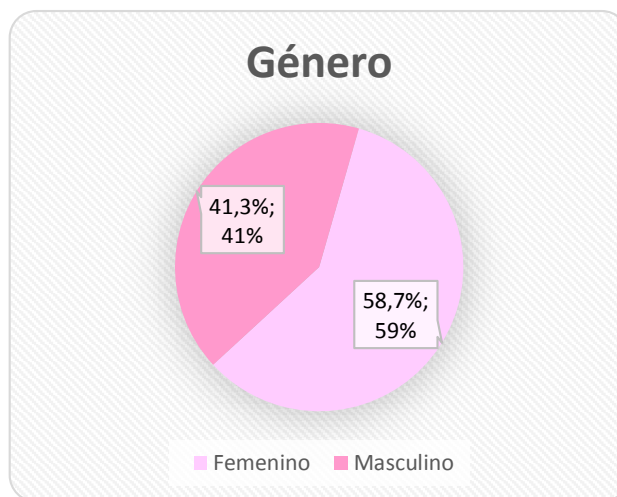
Tabla 3

Género

Categoría	Número	Porcentaje
Femenino	118	58,7%
Masculino	83	41,3%
Total	201	100%

Figura 7

Interpretación Género



Fuente: Datos obtenidos de los encuestados.

Análisis e interpretación:

En la ilustración de la primera pregunta informativa se obtuvo que, del total de número de encuestados, el 58.7% corresponden al género femenino y 41.3% al género masculino. Lo que nos dice que tendremos que tener mayor enfoque en nuestra población femenina.

- Edad

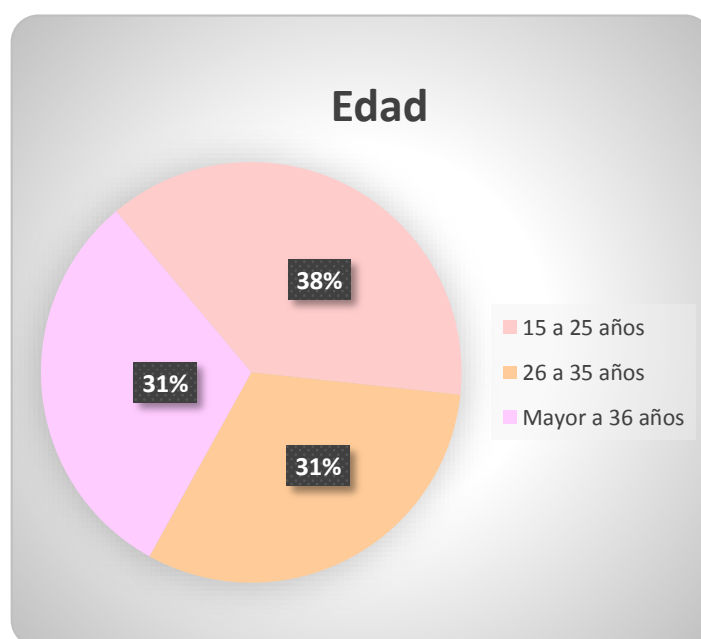
Tabla 4

Edad

Categoría	Número	Porcentaje
15 a 25 años	76	38%
26 a 35 años	63	31,3%
Mayor a 36 años	62	30,8%
Total	201	100%

Figura 8

Interpretación Edad



Fuente: Datos obtenidos de los encuestados.

Análisis e interpretación:

Al observar la ilustración número 8 correspondiente al rango de edad de los encuestados se puede determinar que el 38% están comprendidos entre los 15 a 25 años; 37,3% al rango de 26 a 35 años y 30,8% al rango de mayores a 36 años. Nos demuestra que nuestro enfoque va en la población que corresponde entre 15 y 25 años.

- ¿Utiliza aparatos electrónicos en su hogar?

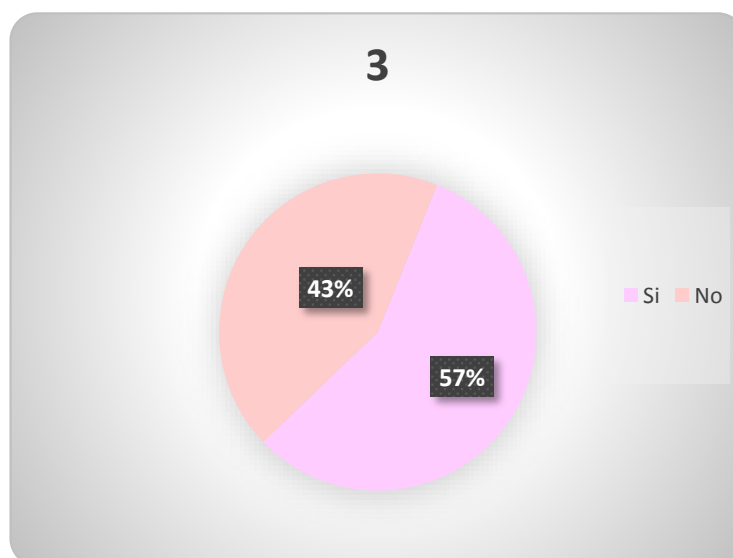
Tabla 5

Pregunta 3

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Si	114	57%
No	87	43%
Total	201	100%

Figura 9

Interpretación pregunta 3



Fuente: Datos obtenidos de los encuestados.

Análisis e interpretación:

En nuestra ilustración número 9 correspondiente al uso de aparatos electrónicos en el hogar de los encuestados se puede determinar que el 57% SI usan y el 43% nos dice que NO usan. Nos ayuda a analizar a quien brindaremos nuestro servicio y en quien nos enfocaremos para ofrecer ciertos productos.

- ¿Ocupa alguno de los siguientes equipos tecnológicos?

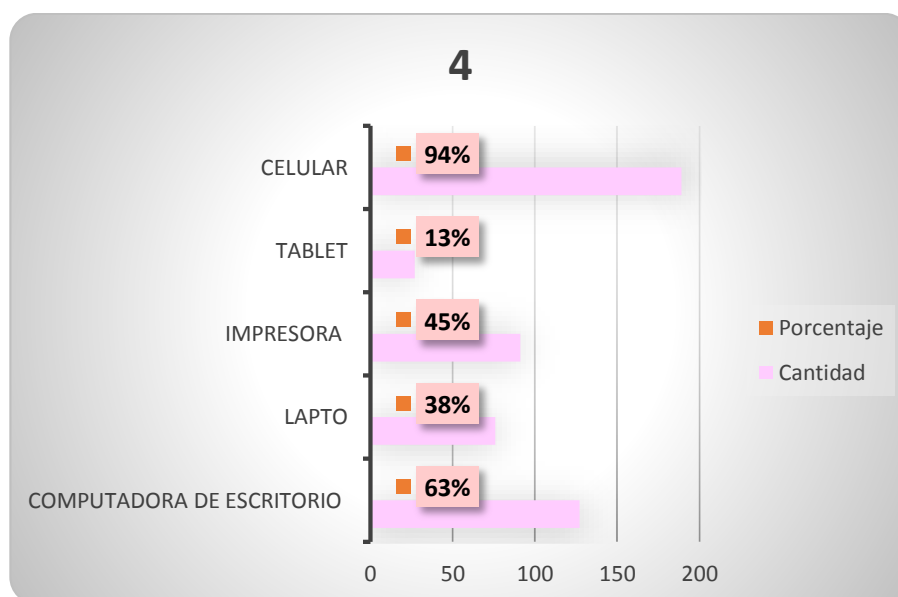
Tabla 6

Pregunta 4

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Computadora de escritorio	127	63%
Laptop	76	38%
Impresora	91	45%
Tablet	27	13%
Celular	189	94%
Total	510	254%

Figura 10

Interpretación pregunta 4



Fuente: Datos obtenidos de los encuestados.

Análisis e interpretación:

En la ilustración 10 correspondiente a si ocupa alguno de los siguientes equipos tecnológicos se obtuvo que, del total de número de encuestados, el 63% ocupa una Computadora de escritorio; 38% ocupa una Laptop; 45% ocupa la Impresora; 13% ocupa una Tablet y el 94% ocupa un Celular. Gracias a estos resultados podremos saber en qué aparato poner más enfoque.

- ¿Con qué frecuencia da mantenimiento a sus equipos?

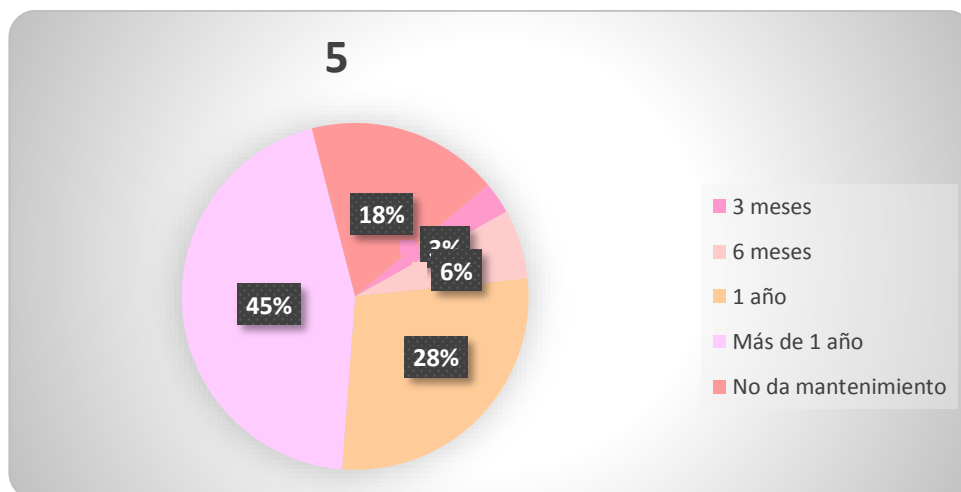
Tabla 7

Pregunta 5

Categoría	Cantidad	Porcentaje
3 meses	6	3,0%
6 meses	13	6,5%
1 año	56	27,9%
Más de 1 año	90	44,8%
No da mantenimiento	36	17,9%
Total	201	100%

Figura 11

Interpretación pregunta 5



Fuente: Datos obtenidos de los encuestados.

Análisis e interpretación:

En nuestra ilustración número 11 la cual nos pregunta con qué frecuencia da mantenimiento a sus equipos se obtuvo que, del total de número de encuestados, el 3% corresponden a 3 meses; el 6,5% nos dice que en 6 meses; el 27,9% da mantenimiento en 1 año; el 44,8% dice que en más de 1 año y el 17,9% no da mantenimiento. Estos datos obtenidos nos guiarán en la forma de marketing para dar a conocer a las personas sobre la importancia que tiene el mantenimiento de nuestros equipos electrónicos.

- ¿Por qué medio le gustaría observar anuncios sobre "Servicios Técnicos"?

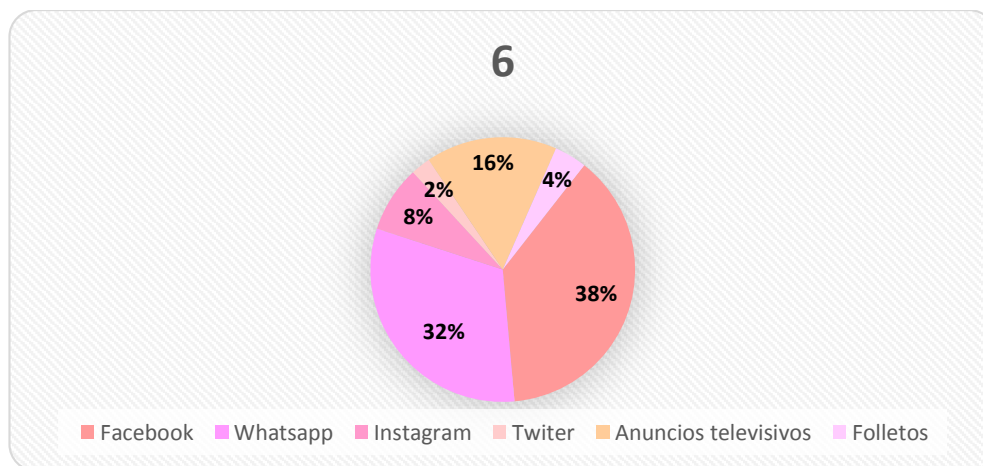
Tabla 8

Pregunta 6

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Facebook	173	86%
Whatsapp	143	71%
Instagram	37	18%
Twiter	11	5%
Anuncios televisivos	73	36%
Folletos	18	9%
Total	455	226%

Figura 12

Interpretación pregunta 6



Fuente: Datos obtenidos de los encuestados.

Análisis e interpretación:

En la ilustración 12 correspondiente a él porque medio le gustaría observar anuncios sobre "Servicios Técnicos" se obtuvo que, del total de número de encuestados, el 86% prefiere Facebook; el 71% Whatsapp; el 18% Instagram; el 5% Twiter; el 36% mediante Anuncios televisivos y el 9% por Folletos. Mediante estos resultados sabemos a qué medio online dar prioridad para exponer nuestros anuncios.

- ¿Le gustaría recibir servicio técnico a domicilio?

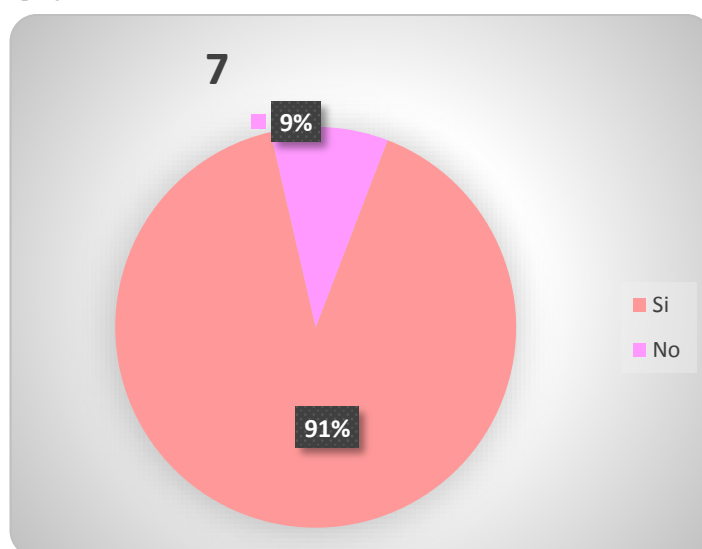
Tabla 9

Pregunta 7

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	182	90,5%
No	19	9,5%
Total	201	100%

Figura 13

Interpretación pregunta 7



Fuente: Datos obtenidos de los encuestados.

Análisis e interpretación:

Nuestra ilustración 13 que pregunta si ¿Le gustaría recibir servicio técnico a domicilio? se obtuvo que, del total de número de encuestados, el 90.5% dice que SI le gustaría mientras que el 9.5% nos dice que NO. Este resultado nos ayuda a enfocarnos más en brindar nuestro servicio a domicilio.

- ¿En qué jornada le gustaría que atendiera CompuRepuestos?

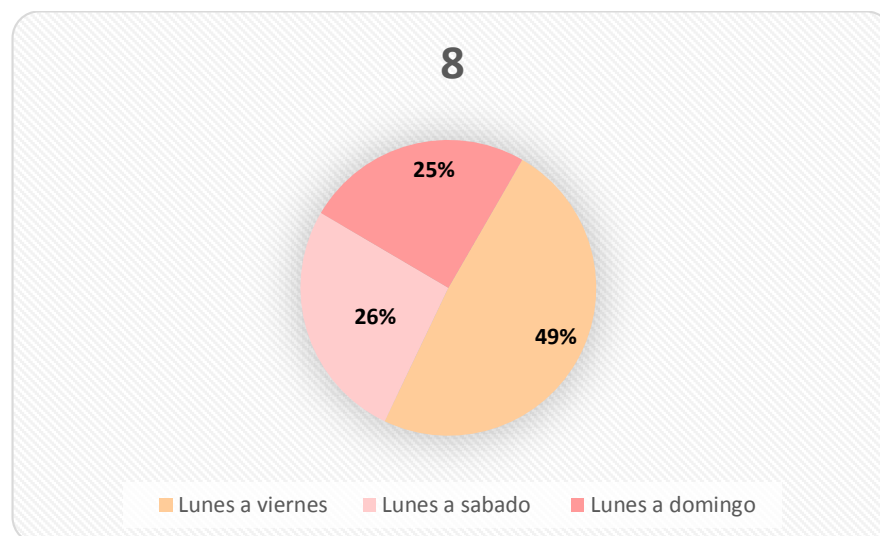
Tabla 10

Pregunta 8

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Lunes a viernes	98	49%
Lunes a sábado	53	26,4%
Lunes a domingo	50	24,9%
Total	201	100%

Figura 14

Interpretación pregunta 8



Fuente: Datos obtenidos de los encuestados.

Análisis e interpretación:

Podemos observar que en la ilustración 14 correspondiente a la pregunta sobre en qué jornada le gustaría que se atendiera se obtuvo que, del total de número de encuestados, el 49% prefiere de Lunes a viernes; el 26.4 de Lunes a sábado y el 24.9% de Lunes a domingo. Por medio de los datos obtenidos podremos guiarnos para elaborar nuestros horarios de atención.

- ¿Desde qué horarios busca su atención?

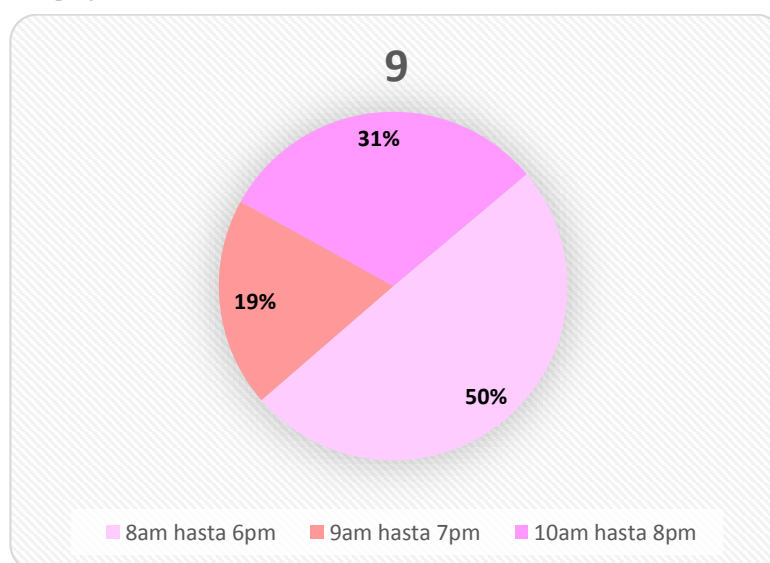
Tabla 11

Pregunta 9

Categoría	Cantidad	Porcentaje
8am hasta 6pm	100	50%
9am hasta 7pm	39	19%
10am hasta 8pm	62	31%
Total	201	100%

Figura 15

Interpretación pregunta 9



Fuente: Datos obtenidos de los encuestados.

Análisis e interpretación:

En la ilustración número 15 de la pregunta informativa sobre cual horario preferiría para atender se obtuvo que, del total de número de encuestados, el 50% prefiere de 8am hasta 6pm; el 19% de 9am hasta 7pm y el 31% de 10am hasta 8pm. Gracias a los resultados obtenidos vamos a saber los horarios de atención de preferencia para nuestra clientela.

- ¿Le gustaría recibir atención al cliente en línea?

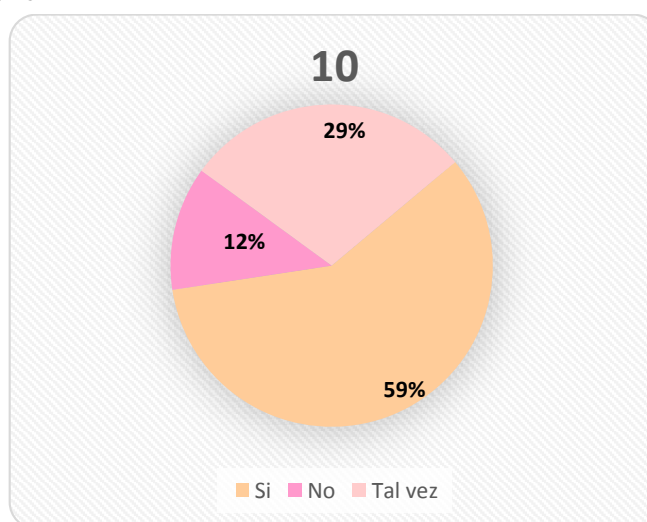
Tabla 12

Pregunta 10

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Si	118	59%
No	25	12%
Tal vez	58	29%
Total	201	100%

Figura 16

Interpretación pregunta 10



Fuente: Datos obtenidos de los encuestados.

Análisis e interpretación:

Nuestra ilustración 22 donde nos pregunta sobre la atención en línea se obtuvo que, del total de número de encuestados, el 59% nos dice que SI le gustaría; el 12% prefiere que NO mientras que el 29% responden que TAL VEZ. Sabemos que tenemos que implementar la atención en línea por medio de nuestras redes sociales.

3.1.2 Conclusión del diagnóstico situacional

Habiendo realizado la encuesta a nuestra población podemos encontrar la preferencia de nuestros clientes al momento de acceder a nuestro servicio, así también, podemos guiarnos en la construcción de nuestro plan de marketing online.

CAPÍTULO III

1. PROPUESTA

3.1.Segmentación de Mercado

En estos últimos años las personas no solo buscan un producto y servicio que solo plazcan sus necesidades sino también que, empaticen con sus gustos y apego, que tenga relación con el precio y además que mantenga la funcionalidad que ofrece el vendedor.

Figura 17

Segmentación de mercado



Fuente: Impulsa CRM

¿A quién pretende servir tu modelo de negocio?

Nuestro grupo objetivo de cliente son mujeres y hombres mayores de edad, con ingreso económico de un sueldo básico unificado y que necesite un artículo electrónico o servicio para sus aparatos tecnológicos como mantenimiento, algún cambio de pieza tanto interna como externa, etc.

3.1.1 Matriz Psicográfica

Tabla 13

Matriz Psicográfica

PSICOGRÁFICAS				
CLASE SOCIAL	ESTILO DE VIDA	PERSONALIDAD	BENEFICIOS DEL PRODUCTO	USO DEL PRODUCTO
BAJA MEDIA ALTA	SOCIAL, TÉCNICO.	NORMAL	DE CALIDAD, ORIGINALES Y ECONÓMICOS.	GARANTIZA DOS Y DE PRIMERA MANO.

Fuente: Elaboración propia

3.1.2 Matriz Geográfica

Tabla 14

Matriz Geográfica

GEOGRÁFICAS		
CIUDAD	PARROQUIA	CLIMA
QUITO	COTOCOLLAO	TEMPLADO
CANTIDAD DE POBLACIÓN		
31.623		

Fuente: Elaboración propia

3.1.3 Matriz Demográfica

Tabla 15

Matriz Demográfica

DEMOGRÁFICAS			
EDAD	SEXO	OCUPACIÓN	EDUCACIÓN
MAYORES DE 15 AÑOS	SIN DISCRIMINACIÓN	ECONÓMICAMENTE ACTIVA	SIN DISCRIMINACIÓN
PROFESIÓN	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL	INGRESOS
SIN DISCRIMINACIÓN	SIN DISCRIMINACIÓN	SIN DISCRIMINACIÓN	SALARIO BASICO UNIFICADO

Fuente: Elaboración propia

3.2. Propuesta de Valor

Figura 18

Propuesta de valor



Fuente: Kenjo Blog

¿Qué ofrecerás a tu segmento de clientes? ¿De qué forma resolverás sus problemas?

Lo que buscamos como CompuRepuestos Store es que nuestros clientes puedan tener productos de calidad y garantizados a un precio totalmente accesible, a su vez queremos que nuestros clientes estén 100% satisfechos con nuestro servicio. Considerando:

- La revisión de sus aparatos electrónicos totalmente gratuita.
- Varias opciones de pagos.
- Precios accesibles.
- Productos originales.
- Verificación del producto y servicio con el cliente.

Tabla 16
Propuesta de Valor

MATRIZ PROPUESTA DE VALOR	
CRITERIOS	RESPUESTA
Identificar el tipo de cliente que atendemos o queremos atender.	El producto está dirigido a la población económicamente activa que desea adquirir nuestros productos y/o servicios para reparación o el funcionamiento de su aparato tecnológico.
Establecer siempre los medios de control para entregar calidad en productos y servicios, así como proceso de garantía de la calidad	Nuestros productos son 100% originales y económicos, por ello, podemos brindar garantías y así satisfacer a nuestros clientes.
Identificar las mejoras a corto o largo plazo	Realizar un cuadro comparativo en el cual se analice toda la trayectoria de nuestro negocio.

Fuente: Elaboración propia

3.3. Canales de Distribución

Figura 19

Canales de distribución



Fuente: Edisofer S.L.

¿Cómo conocerá y evaluará, y cómo decidirá, comprará y recibirá soporte post venta tu segmento de clientes?

A través de canales de venta online, plataformas digitales Android, redes sociales y en punto de venta en producción.

Además mediante la página de Facebook de “CompuRepuestos” en la cual nuestros clientes podrán observar las actualizaciones, promociones y descuentos de nuestros productos y servicios, esta misma tendrá relación directa con nuestro Whatsapp haciéndola totalmente interactiva con el servicio proporcionado.

Tabla 17

Canales de distribución

TIPOS DE CANALES			FASES DE CANALES				
			INFORMACIÓN	EVALUACIÓN	COMPRA	ENTREGA	POSVENTA
			¿Cómo le informamos sobre los productos y servicios de nuestra empresa?	¿Cómo ayudamos a los consumidores a evaluar nuestras iniciativas de valor?	¿Cómo pueden adquirir nuestros productos y servicios?	¿Cómo transmitimos nuestras iniciativas de valor a los consumidores?	¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?
PROPIO	DIRECTO	EQUIPO COMERCIAL	Difusión de productos mediante redes sociales y punto de producción y ventas.	Acogemos sugerencias y recomendaciones	Pago en efectivo o transferencias bancarias	En el lugar acordado con el cliente	Asesoramiento, mantenimiento y ventas
		VENTAS EN INTERNET	Android Whatsapp Facebook Instagram Tik-tok	Acogemos sugerencias y recomendaciones	Reservaciones	En el lugar acordado con el cliente	Encuesta de satisfacción

Figura 20

Página de Facebook CompuRepuestos



3.4. Relación con el Cliente

Figura 21

Relación con el cliente



Fuente: Blog Benito Castro

¿Qué tipo de relación mantendrás con tu segmento de clientes?

Para CompuRepuestos la relación con el cliente será totalmente personalizada ya que ellos podrán observar el producto y su funcionamiento detalladamente para así lograr su satisfacción.

Tabla 18

Relación con el cliente

TIPO	DESCRIPCIÓN	EJEMPLIFICACIÓN
Experiencia	Cliente adquirirá el producto acorde a la necesidad de su aparato electrónico.	Producto con marca y modelo acorde a su aparato.
Comodidad	Servicio a domicilio	Entrega directa al cliente o empresa en el lugar escogido.
Satisfacción	Variedad de productos. Promociones y descuentos.	Accesibilidad económica y garantías.

Fuente: Elaboración propia

3.5. Fuentes de Ingreso

Figura 22

Vías de ingreso



Fuente: Freepik

¿Cuál será la forma en que tu modelo pretende financiarse y obtener ingresos?

La forma en la que CompuRepuestos pretende financiarse es mediante la inversión ya que con ella podremos adquirir los productos necesarios para empezar la apertura de nuestro local.

Para obtener ingresos será mediante la comercialización los productos adquiridos como: tintas, laptops, baterías, teclados, mouse. Etc. También realizaremos entregas a domicilio e incluso la revisión y reparación será a domicilio.

Tabla 19

Fuentes de ingresos

TIPO	DESCRIPCIÓN
VENTA	Venta de productos electrónicos, repuestos, etc. Servicio domicilio Servicio de mantenimiento, reparación e instalación.
INVERSIÓN	Aprovisionamiento de materiales para el proceso de venta.
SOCIOS	Los socios invierten en el desarrollo de este proyecto.

3.5.1 Proyección de ventas

Tabla 20

Proyección de ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS			
Descripción	Cantidad	Unidades Productos	Costo
Mercado total	100%	1015	\$17,50
Consumidores	76%	771	
Nuevos consumidores a captar	4%	31	
Consumo esperado semanal	1	31	
Consumo esperado mensual	4	123	
Consumo esperado anual	12	1480	

Fuente: Elaboración propia

3.5.2 Presupuesto de venta anual

Tabla 21

Presupuesto de venta anual

PROYECTO DE PRESUPUESTO DE VENTA ANUAL		
Años	2023	2024
Productos	\$1480	\$3230
Precio de venta	\$17,50	\$18.01
Inflación proyectada		2.89%
TOTAL	\$25900	\$58172.3

Fuente: Elaboración propia

3.6. Recursos Clave

Ilustración 23

Recursos Claves



Fuente: El Nuevo Diario

¿Requieres de uno o más recursos clave para tu negocio?

Es importante para CompuRepuestos contar con una amplia base de clientes con datos verídicos y verificables, con personal calificado y un stock mínimo de productos necesarios para la ejecución de trabajos.

Tabla 22

Recursos Claves

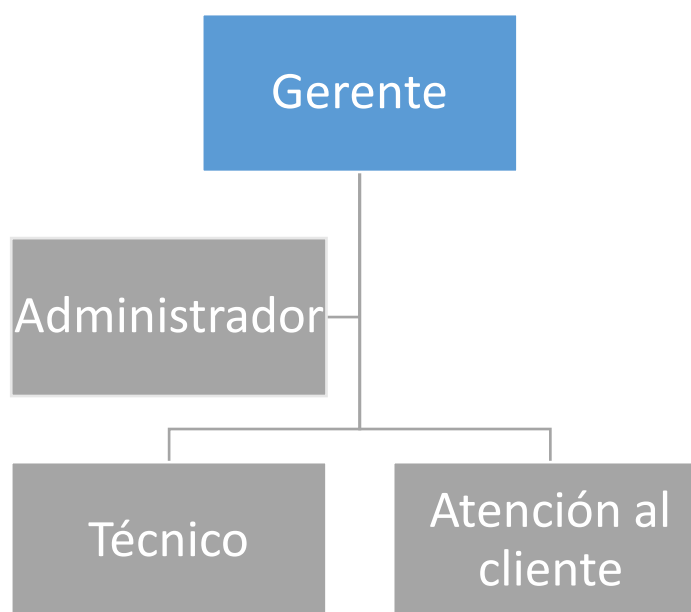
RECURSO	DESCRIPCIÓN
FINANCIEROS	Contamos con un capital de trabajo inicial para la inversión.
FÍSICOS	Infraestructura y stock mínimo de productos necesarios como tintas, baterías, teclados, mouses, pantallas, etc. Y suministros de oficina.
INTELECTUALES	Base de clientes con datos verídicos y verificables.
HUMANOS	Atención y servicio al cliente.

Fuente: Elaboración propia

3.6.1 Organigrama estructural CompuRepuestos

Tabla 23

Organigrama



Fuente: Elaboración propia

3.6.2 Recursos Financieros

Tabla 24

Recursos Financieros

INVERSION		
Socios	Aportación	Porcentaje
Socio A	2201.66	33.33
Socio B	2201.66	33.33
Socio C	2201.66	33.33
TOTAL	6605.00	100%

Fuente: Elaboración propia

3.7. Actividades Clave

Figura 24

Actividades claves



Fuente: SEEKPNG

¿Qué actividades son claves para que tu modelo de negocios funcione?

La adquisición de productos originales, garantizados y de calidad para satisfacción de nuestros clientes, también brindar un servicio personalizado a cada uno de nuestros clientes.

Además de gestionar adecuadamente las plataformas y canales digitales para que estén constantemente actualizados y contengan artículos de interés y de ayuda para nuestros clientes.

Servicio y atención posventa, incluido el soporte continuo para el mantenimiento del producto.

Tabla 25

Actividades Claves

ACCIÓN	DESCRIPCIÓN
EJECUCIÓN	Revisión profunda del aparato y reparación.
CONTROL DE CALIDAD	Producto final verificado por el cliente y entregado garantías.
SERVICIO	Atención oportuna y amable al cliente.

Fuente: Elaboración propia

3.8. Asociados Clave

Figura 25

Socios claves



Fuente: Mundo Negocios

¿Quiénes serán los asociados clave de tu modelo de negocio?

Como socios clave tenemos a nuestros inversionistas y proveedores de materia prima como son en nuestro caso, tintas, baterías, laptops, etc.

Tabla 26

Accionistas Claves

ACCIONISTA CLAVE				
Nombre	Cédula	Correo	N° Teléfono	Dirección
Alex Vinicio Andrade Luna	1715819403	de_alex@hotmail.es	0993422 635	Colinas del Norte Oe15
Maria Fernanda Calderón Cabezas	1718131764	mafercalderon14@hotmail.com	0997389 115	Los Pinos calle N79A
Camila Brigitte Vizuite Calderon	1725662371	camila_192001@hotmail.com	0987130 212	La planada N79-15

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27

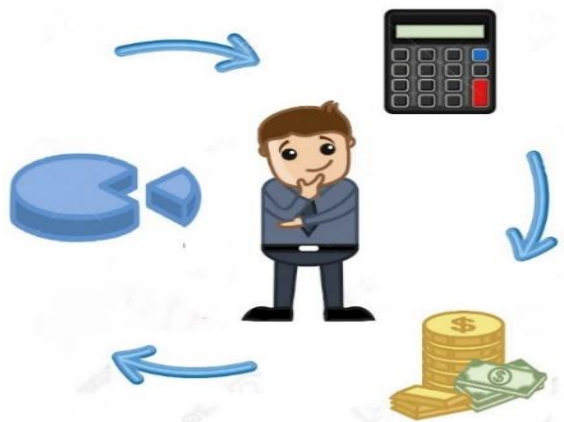
Proveedor Clave

PROVEEDOR CLAVE		
Nombre comercial	Teléfono	Dirección
Pc Laptop	(02) 227-1142	Av. de los Shyris 34-108 y, Quito 170135
Import Ventas Quito	099 9952069 / 02 5156422	Calle Versalles y San Gregorio, C.C. Quitus, Local 129, Quito - Ecuador
Repuestos Laptop	099 720 5635 (02) 254-3575	Av. Diego De Almagro Y Av Republica Esquina. Edificio Casa Blanca Pb Local Repuestoslaptop

3.9. Estructura de Costos

Figura 26

Estructura de costos



Fuente: Asesoría Fiscal Contable

¿Cuál es tu estructura de costos? ¿Cuáles son los egresos más importantes del modelo de tu negocio?

Para realizar la estructura de costos se requiere determinar todos aquellos valores de los productos, salarios y logística.

Tabla 28

Inversión

EGRESOS	NUMERO DE PERSONAS	TOTAL
Gasto Salarial		
Salario Administrador	1	450.00
Salario Técnico	1	450.00
Salario Atención al cliente	1	450.00
Sub total Salarios		1350,00
Gastos Materia Prima		
Materia prima		3500.00
Sub total materia prima		3500.00

Gastos Administrativos		
Suministros de oficina		105.00
Mantenimiento computadora		15.00
Publicidad		255.00
Sub total gastos administrativos		375.00
Equipos electrónicos		
Computadora	1	300.00
Impresora	1	400.00
Teléfono	1	30.00
Sub total equipos electrónicos		730.00
Muebles y Enseres		
Estanterías	4	400.00
Sillas	3	40.00
Rótulos	1	20.00
Mesa de trabajo	1	75.00
Sub total muebles y enseres		535.00
GASTOS SERVICIOS BASICOS		
Luz		55.00
Agua		20.00
Internet		30.00
Telefonía fija		10.00
Sub total servicios básicos		115.00
TOTA DE EGRESOS		6605.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29

Estructura de costos

Detalle	Año	
	2023	2024
Materia prima	25900.00	26223,75
Costo de producción	25900.00	26223,75
Gastos salariales	16200.00	16402.50
Gasto de producción	16200.00	16402.50
Gastos administrativos	4500.00	4556.25
Gastos servicios básicos	1380.00	1397.25
Inflación anual		1.25%
TOTAL GASTOS	47980.00	48579,75

Fuente: Elaboración propia

3.10 Utilidad

Tabla 30

Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS		
Detalle	2023	2024
Venta total	25900.00	58172.30
(-) Costos de producción	16200.00	16402.50
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	9700.00	41769.8
Gastos servicios básicos	1380.00	1397.25
Gastos administrativos	4500.00	4556.25
Gastos salariales	16200.00	16402.50
UTILIDAD OPERACIONAL	22080.00	22356.00
Otros ingresos	6605.00	3000.00
Otros gastos	1250.00	1000.00
UTILIDAD NETA	37135.00	66125.80

Fuente: Elaboración propia

3.11 Punto de equilibrio

Tabla 31

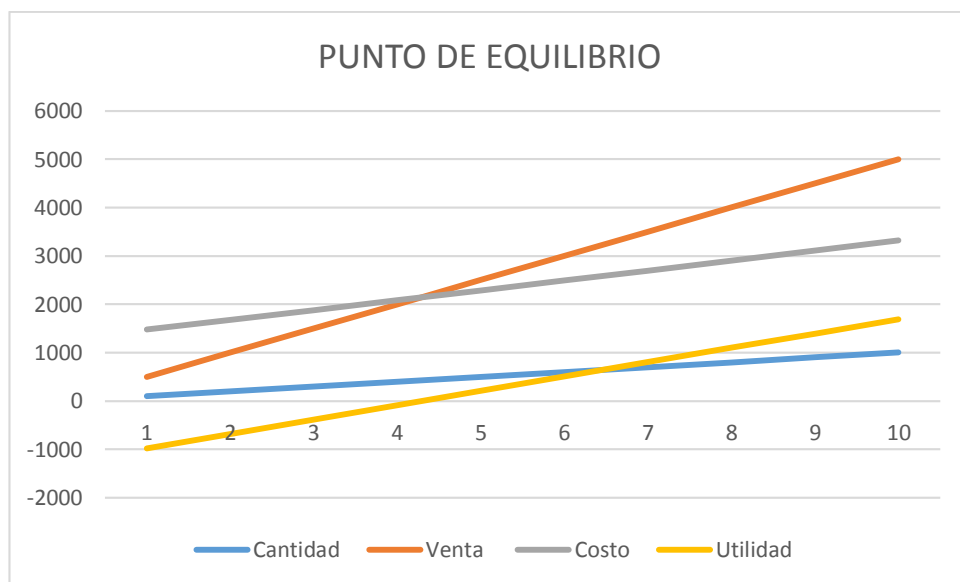
Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO				
N°	Cantidad	Venta	Costo	Utilidad
1	100	500	1480	-980
2	200	1000	1680	-680
3	300	1500	1881	-381
4	400	2000	2083	-83
5	500	2500	2286	214
6	600	3000	2490	510
7	700	3500	2695	805
8	800	4000	2901	1099
9	900	4500	3108	1392
10	1000	5000	3316	1684

Fuente: Elaboración propia

Figura 27

Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

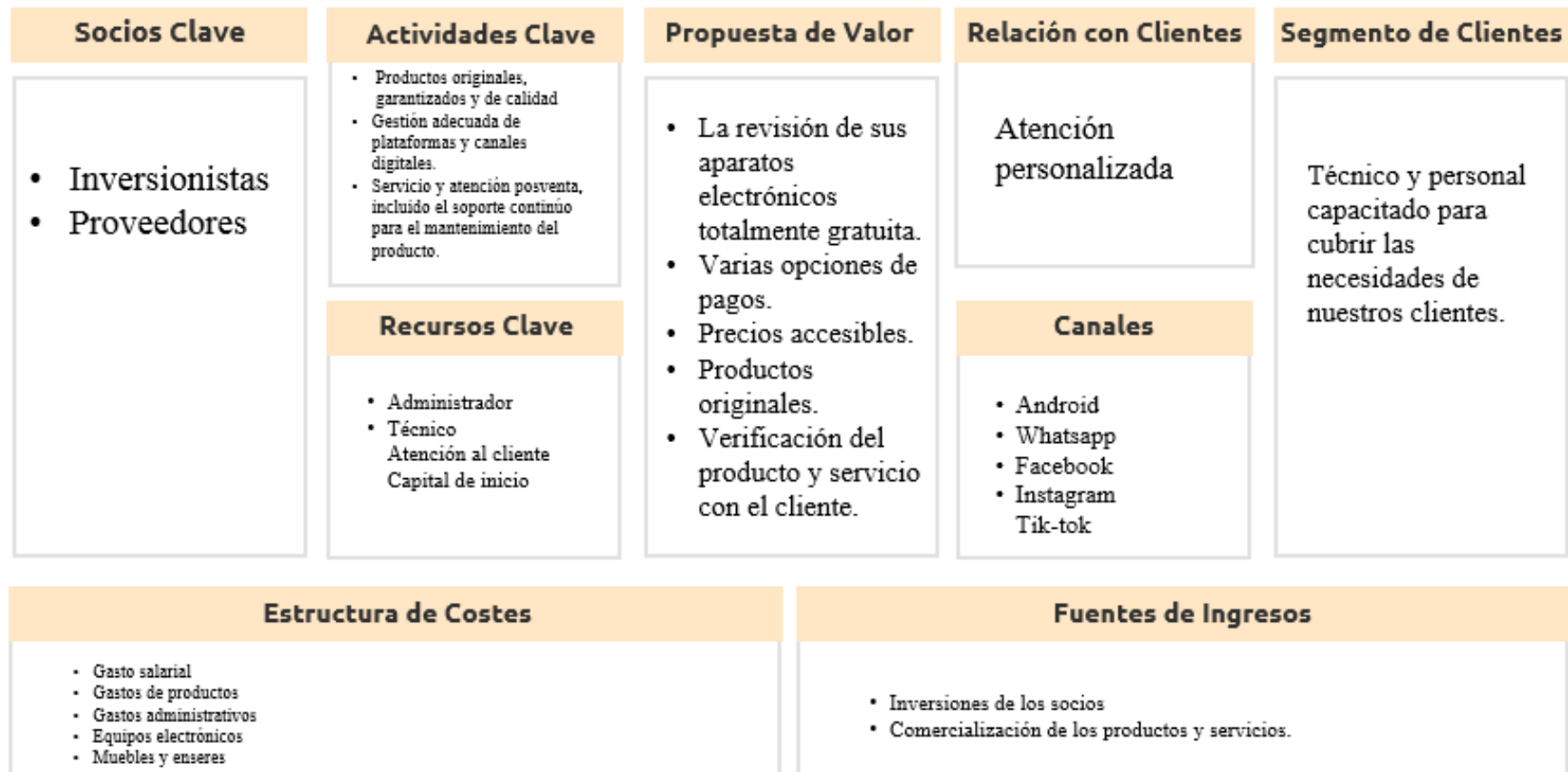
3.11.1 Interpretación punto de equilibrio

Para lograr el punto de equilibrio, CompuRepuestos Store debe vender durante el primer año 214 productos para no tener pérdidas ni ganancias.

1.10. Lienzo CANVAS

Tabla 32

Lienzo CANVAS



Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- La teoría del modelo Canvas se utiliza para respaldar el proyecto, que consta de 9 elementos, a saber: segmentación del mercado, propuesta de valor, canales, relaciones con los clientes, fuentes de ingresos, actividades clave, recursos clave, socios clave, estructura de costos.
- Utilizando el diagnóstico de mercado realizado en este proyecto de investigación, nos dice que existe la necesidad de iniciar nuestro emprendimiento.
- Usando el modelo Canvas, es posible determinar que se debe usar una propuesta de valor bien recomendada para cada producto comprado para que funcione correctamente.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda previo a la elaboración del Modelo de Negocio CANVAS, definir muy claramente su propósito, porque de esta manera su modelado será más flexible y transparente.
- Mediante las plataformas y canales virtuales realizar propagandas sobre el servicio que brindamos y nuestros productos para así dar a conocer a más personas sobre CompuRepuestos.
- Aplicar las estrategias y recursos desarrollados en nuestro lienzo CANVAS con el objetivo de formalizar la creación de CompuRepuestos Store.

Bibliografía

- Arias, E. R. (01 de Nov de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- Broitman, P. (8 de Febrero de 2019). Obtenido de <http://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la-importancia-del-modelo-canvas-para-innovar-en-los-negocios/#:~:text=El%20modelo%20Canvas%20tiene%20los,negocio%20en%20un%20solo%20cuadro.>
- Javier. (Diciembre de 2021). *WEDO CoWork*. Obtenido de <https://wedocowork.cl/los-9-elementos-del-modelo-canvas/>
- Molina, D. (22 de Septiembre de 2021). *IEBS*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/#:~:text=El%20Business%20Model%20Canvas%20o%20Modelo%20Canvas%20es%20un%20modelo,ser%C3%A1%20nuestro%20modelo%20de%20negocio.>
- Peiró, R. (Febrero de 2021). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-negocio.html>
- Quaktrics.com*. (s.f.). Obtenido de <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cuantitativa/>
- Question Pro*. (s.f.). Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-campo.html>
- Quito digno*. (s.f.). Obtenido de https://pam.quito.gob.ec/MDMQ_PORTAL_LUAE_WEB/Autenticacion/AutenticacionPatentes.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1
- Quito informa*. (5 de Julio de 2021). Obtenido de <http://www.quitoinforma.gob.ec/2021/07/05/registrar-las-actividades-economicas-raet-para-que/>



Westreicher, G. (01 de Sep de 2020). *Economipedia*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/metodo-cientifico.html>

Anexos

Figura 28

Encuesta

Encuesta "CompuRepuestos"

 genesisvizuete835@gmail.com (no se comparten) 

[Cambiar cuenta](#)

***Obligatorio**

1. Género *

Masculino

Femenino

2. Rango de edad *

15 a 25 años

26 a 35 años

Mayor a 36 años

3. ¿Utiliza aparatos electrónicos en su hogar? *

Si

No

4. ¿Ocupa alguno de los siguientes equipos tecnológicos? *

- Computadora de escritorio
- Laptop
- Impresora
- Tablet
- Celular

5. ¿Con qué frecuencia da mantenimiento a sus equipos? *

- 3 meses
- 6 meses
- 1 año
- Mas de 1 año
- No da mantenimiento

6. ¿Porqué medio le gustaría observar anuncios sobre "Servicios Técnicos"? *

- Facebook
- Whatsapp
- Instagram
- Twiter
- Anuncios televisivos
- Folletos

7. ¿Le gustaría recibir servicio técnico a domicilio? *

- Si
- No

8. ¿En qué jornada le gustaría que atendiera CompuRepuestos? *

- De lunes a viernes
- De lunes a sábado
- De lunes a domingo

9. ¿Desde que horarios busca su atención? *

- De 8am hasta 6pm
- De 9am hasta 7pm
- De 10am hasta 8pm

10. ¿Le gustaría recibir atención al cliente en línea? *

- Sí
- No
- Tal vez

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSefhd38l0qhXV7islTVvBxpT>

[D_XjCH5BY2htXYZN6Ta8B6n-g/viewform?usp=sf_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSefhd38l0qhXV7islTVvBxpT/D_XjCH5BY2htXYZN6Ta8B6n-g/viewform?usp=sf_link)