



**Proyecto Integrador para la creación de la empresa Mila By Camila ubicado en la ciudad de Quito, sector Guajaló, Barrio Unión Familiar, basado en la estructura de modelo Canvas.**

---

**Camila Lizbeth Camacho Celi**

**Director**

**Ing. Juan Chiriboga**

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnólogo Superior en  
Administración

Instituto Tecnológico Superior Universitario Internacional

Carrera Tecnología Superior en Administración

D.M. Quito, 14 de marzo de 2024

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto primeramente a Dios por ser mi inspiración y fuerza durante todos mis años de estudio y ahora en esta etapa de tercer nivel, a mi esposo por apoyarme en acabar mis estudios a mis padres por ser inspiración de constancia diaria, por ser el incentivo de seguir adelante con este objetivo y especialmente a mi Tutor de Carrera. Ing. Juan Chiriboga por sus buenos consejos y apoyo durante toda la carrera.

Al bebé que llevo en el vientre por acompañarme en el proceso de titulación final y por ser mi luz en cada momento.

Camila Lizbeth Camacho Celi

## AGRADECIMIENTO

Agradezco enormemente a Dios por sus milagros obrados en mí por guiarme en toda mi etapa universitaria. A mis queridos padres por ser un ejemplo a cabalidad de mucha fuerza y deseo de superación por inculcarme los mejores valores de trabajo y fortaleza.

A mi hermana por ser mi mejor ejemplo de vida, por acompañarme en cada paso que doy, por ser mi mejor aliada de la vida hoy mañana y siempre.

A mi amado esposo por ser mi luz en los momentos más difíciles, por ser mi motor de lucha diaria y por apoyarme incondicionalmente en cada decisión que tomo.

A todos los profesores de la carrera por ser unos buenos mentores de educación y por siempre fortalecer los conocimientos y por apoyar a cada estudiante especialmente a mi persona en cada proceso de estudio y aprendizaje.

Al Instituto Internacional ITI, por brindar carreras de excelencia, por ser una buena universidad con los mejores conocimientos amplios y contar con los mejores profesionales.

En especial a mis compañeros de carrera a distancia por las motivaciones y buenas relaciones para elaborar excelentes trabajos de estudio.

## **AUTORÍA**

Yo Camila Lizbeth Camacho Celi, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

**Camila Camacho**

D.M. Quito, 14 de marzo de 2024

**Ing. Juan Chiriboga**

**Tutor de Trabajo de Titulación**

### **CERTIFICACIÓN**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

**Ing., Juan Chiriboga**

D.M. Quito, 14 de marzo de 2024

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA**

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **Ing. Juan Chiriboga** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el **Sra. Camila Camacho** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Srta. Camila Camacho, realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto integrador de la creación de la empresa Mila By Camila, ubicado en la ciudad de Quito sector Guajaló, barrio unión familiar, basado en el modelo de negocio Canvas“**. para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Ing. Juan Chiriboga**.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes **Ing. Juan Chiriboga**, en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la **Srta.: Camila Camacho**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto integrador de la creación de la empresa Mila By Camila, ubicado en la ciudad de Quito sector Guajaló, barrio unión familiar, basado en el modelo de negocio Canvas“**. Y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

**Ing. Juan Chiriboga**

**Camila Camacho**

D.M. Quito, 14 de marzo de 2024

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO .....	3
AUTORIA.....	4
CERTIFICACIÓN .....	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	6
ÍNDICE DE TABLAS .....	10
ÍNDICE DE FIGURAS.....	12
INTRODUCCIÓN .....	13
CAPÍTULO I.....	14
Marco contextual – Antecedentes .....	14
Análisis Macro: .....	14
Análisis Meso: .....	15
Análisis Micro: .....	15
Análisis de Involucrados .....	16
Problema de investigación .....	17
Definición del problema.....	18
¿No contar con la mayor captación de clientes por no tener un local físico? ...	18
Idea a defender .....	18
Objeto de estudio y campo de acción.....	18
Objeto de estudio:.....	18
Campo de acción: .....	19
Justificación.....	19
Objetivos Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos .....	20
CAPITULO 2.....	21
MARCO TEÓRICO .....	21
Un negocio en alza.....	22
La globoflexia: .....	22
Tipos de decoraciones para eventos y fiestas .....	23
Tipos de decoraciones para fiestas .....	23
Decoración rústica .....	23

A todo color .....	23
Segmentos del mercado.....	25
Objetivos de la segmentación de mercados .....	26
Modelo de gestión empresarial CANVAS .....	27
CAPÍTULO III.....	34
INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA .....	34
Tipos de investigación <i>Explicativa</i> .....	34
<i>Encuesta:</i> .....	36
Plan de muestreo .....	36
Muestra .....	37
Indicadores .....	38
Información primaria.....	38
Análisis General:.....	52
CAPÍTULO IV.....	54
PROPUESTA.....	54
Datos informativos .....	54
Justificación.....	56
Objetivos .....	57
Objetivo General .....	57
Objetivos Específicos.....	57
Análisis de Factibilidad Modelo CANVAS .....	58
1. Segmentos de clientes y problemas: .....	58
2. Propuestas de Valor: .....	59
Inversión inicial.....	63
Activos fijos .....	64
Permisos y requisitos de funcionamiento.....	65
Capital de trabajo .....	65
Inversión total.....	66
Sueldos .....	67
Beneficios legales .....	67
Depreciación de activos .....	68
Estructura de capital .....	69
TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento) .....	69
Punto de equilibrio .....	72

Margen de contribución .....	73
Conclusiones .....	76
Anexos .....	80
ENCUESTA ESPECIAL PARA CLIENTES ON-LINE MILA BY CAMILA...	80
Activos .....	82

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de Involucrados .....	16
Tabla 2 Análisis de Involucrados .....	17
Tabla 3 Resultados de primera encuesta .....	38
Tabla 4 Resultados de segunda encuesta .....	39
Tabla 5 Resultados de tercera encuesta.....	40
Tabla 6 Resultados de la cuarta encuesta.....	41
Tabla 8 Resultados de sexta encuesta .....	43
Tabla N° 9 Resultados de la séptima encuesta.....	44
Tabla N° 10 Resultados de la octava encuesta.....	45
Tabla N° 11 Resultados de la novena encuesta.....	47
Tabla N° 12 Resultados de la décima encuesta.....	48
Tabla N° 13 Resultados de la décima primera encuesta .....	49
Tabla N° 14 Resultados de decima segunda encuesta .....	50
Tabla N° 15 Resultados de la décima tercera pregunta de la encuesta .....	51
Tabla N° 16 Activos Fijos.....	64
Tabla N° 17 Permisos de funcionamiento.....	65
Tabla N° 18 Capital de Trabajo .....	66
Tabla N° 19 Tabla de inversión .....	66
Tabla N° 20 Sueldos .....	67
Tabla N° 21 Décimos .....	67
Tabla N° 22 Remuneración Total .....	68
Tabla N° 23 Depreciación de activos.....	68

Tabla N° 24 Estructura de capital .....	69
Tabla N° 25 Tabla costos fijos .....	72
Tabla N° 26 Tabla de margen de contribución .....	73
Tabla N° 27 Tabla de punto de equilibrio.....	74

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Resultado de la segunda encuesta .....	39
Figura N° 2 Resultado de la tercera encuesta .....	40
Figura N° 3 Resultado de la cuarta encuesta.....	41
Figura N° 4 Resultado de la quinta encuesta .....	42
Figura N° 5 Resultado de la sexta pregunta .....	43
Figura N° 6 Resultado de la séptima pregunta.....	44
Figura N° 7 Resultado de la octava encuesta .....	45
Figura N° 8 Resultado de la novena pregunta de la encuesta .....	46
Figura N° 9 Resultado de la décima pregunta de la encuesta .....	48
Figura N° 10 Resultado de la décima primera pregunta de la encuesta.....	49
Figura N° 11 Resultado de la décima segunda pregunta de la encuesta .....	50
Figura N° 12 Resultado de la décima tercera pregunta de la encuesta .....	51
Figura N° 13 Ubicación local Mila By Camila.....	54
Figura N° 14 Grafico punto de equilibrio .....	75

## INTRODUCCIÓN

Mila By Camila es un emprendimiento basado en la creación de arreglos florales y frutales para todo tipo de ocasión. Desarrolla arreglos con los más altos estándares de calidad y adicional la creatividad y emoción que se coloca a cada detalle, en base a la idea se apertura una tienda física para que los clientes puedan acceder a las instalaciones y puedan escoger de manera presencial todos los detalles que están solicitando.

Mila By Camila nace en el año 2019 en la época de pandemia pese a este acontecimiento se tuvo una gran acogida por los clientes ya que el modelo de negocio fue bien recibido por todas las familias de Quito y se han generado ganancias muy buenas en relación a crecimiento.

Mila By Camila busca poder consolidar como una empresa muy sólida, y estructurada con buenos cimientos en el tema empresarial con los mejores productos y reseñas muy buenas de los clientes que ya han probado los productos y sin pensarlo lo recomendarían.

## CAPÍTULO I

PROYECTO INTEGRADOR PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MILA BY CAMILA UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL SECTOR GUAJALÓ, BASADO EN LA ESTRUCTURA DE MODELO CANVAS.

### **Marco contextual – Antecedentes**

Las empresas de detalles personalizados la mayoría se manejan mediante redes sociales existen pocas empresas que cuentan con su tienda física. Así se puede abarcar la cantidad de cliente ofreciendo distintas formas de pago y servicios de entrega personalizada que ayudan a que los clientes confíen más en la empresa a la que están comprando.

La mayoría de las empresas dedicadas a la elaboración de los detalles personalizados cuentan con páginas de compra directa en internet, para así evitar gastos de inversión en localidad.

### **Análisis Macro:**

Mila By Camila cuenta con expectativas de generar ingresos en base a la creación de detalles personalizados, es un mercado nuevo e innovador donde se puede conseguir ganancias con un porcentaje muy alto ya que la materia prima que se utiliza no genera mucho gasto, se utilizan varios productos como las flores que a nivel mundial tiene un alto valor pero al ser una empresa en crecimiento radicada en Ecuador se cuenta con la oportunidad de ser exportadores de flores de chocolate que generan ganancias a nivel mundial muy altas dejando en lo alto a los productos que se utiliza para fabricar los productos.

**Análisis Meso:**

En la actualidad lo material ha causado mayor enfoque en fechas especiales para hacer sentir bien a los seres queridos mediante un detalle que abarque todo lo que le gusta a la persona homenajeada.

La mayor clientela está en oficinas ya que los grupos de trabajo se organizan para brindar un detalle a los cumpleaños de mes, y así en fechas especiales, día del amor y la amistad, día de la madre del padre, varias fechas especiales donde es importante poder brindar un regalo personalizado para cautivar a la persona que lo recibe.

**Análisis Micro:**

La empresa trabaja en un local propio para la elaboración de los detalles con las técnicas para personalizar, ya que siempre existen nuevos métodos y nuevas técnicas que se pueden aplicar para que el emprendimiento sea uno de los más cotizados.

La finalidad de cumplir a cabalidad con aspectos técnicos hace un emprendimiento serio, que cuenta con personal especializado y con las técnicas correctas y con todas las medidas de higiene que se necesita para poder completar un detalle.

EL uso de topping en la implementación de detalles es la marca diferenciadora.

Existen varios cursos donde se ayuda a emprendimientos pequeños a que se animen a empezar a generar ingresos desde la casa, ya que es un mercado donde si hay acogida y gran recibimiento.

## Análisis de Involucrados

*Tabla 1 Análisis de Involucrados*

### *1 Análisis de involucrados*

<b>ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS GRUPOS</b>	<b>INTERESES EN LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>PROBLEMAS PERCIBIDOS</b>	<b>RECURSOS Y MANDATOS</b> (recursos que aporten y mandatos son leyes, normas a seguir)
Clientes	Convencer las necesidades de los clientes e investigar los deseos de compra del cliente	Varios locales de competencia. Precios altos en materia prima utilizada.	Ley del consumidor para evaluación de costos.
Dueños	Estudiar el tipo de mercado con las mejores directrices. Manejo adecuado de los recursos de la empresa.	No contar con los conocimientos especiales de todas administrativas y económicas que necesita la empresa.	Código de Producción Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación
Trabajadores	Control de Salarios en base a sus obligaciones. Control de buen trato y clima laboral.	Mal manejo de gestión laboral. Minimizar el trabajo de cada persona.	Ley del Ministerio de Trabajo. Control de Jornada laboral.

**Nota:** *En esta tabla de se muestra el Análisis de los involucrados.*

## Problema de investigación

*Tabla 2 Análisis de Involucrados*

<b>CAUSAS</b> 	<b>DEFINICIÓN DE PROBLEMA</b>	<b>CONSECUENCIAS</b> 
<p>Se ubican tiendas por temporada donde realizan la venta de detalles ya elaborados sin dar la imaginación al cliente.</p> <p>Es de suma importancia poder implementar un local físico para enrolar nuevos clientes y mostrar el giro de negocio.</p> <p>Implementación de nuevos equipos para maximizar el tiempo en la preparación de detalles más personalizados.</p>	<p>El sector Guajaló ubicado en la ciudad de Quito. No existe un local específico destinado a la elaboración de detalles personalizados con enfoque en arreglos florales y frutales personalizados.</p> <hr/> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>Los valores para la implementación de local tanto como en equipos y espacio salen en costos muy elevados</p> 	<p>Se pierde la oportunidad de afianzar más al cliente, dándole la oportunidad de indicar como desea que el detalle sea elaborado, ya sea con diferentes accesorios o productos que lo caractericen.</p> <p>Al implementar un local físico se debe indagar los precios de costo por arrendamiento y hacer la suma completa de gastos por pagar.</p> <p>Los nuevos equipos generan mayor demanda en gastos de implementación de sucursal.</p>

**Nota:** Problema de investigación

## **Definición del problema**

¿No contar con la mayor captación de clientes por no tener un local físico?

Al no contar con una tienda física, genera un poco de desconfianza a los clientes que buscan por redes sociales ya que hay cierta cantidad de clientes que solicita poder visitar en la tienda y al ser un negocio on line es un poco complicado.

Es por ello que se ha decidido implementar el proyecto en abrir una tienda física donde permita continuar con el negocio y captar más cantidad de clientes.

Desconocimiento de cómo identificar captar una buena zona estratégica donde se puede abarcar a la gran cantidad de clientes que necesiten adquirir un detalle personalizado ya sea para un familiar o compañero de trabajo en base a arreglos florales y frutales.

## **Idea a defender**

Busca captar la mayor cantidad de clientes que busquen adquirir un detalle que cause mucha emoción al momento de recibirlo, se cuenta con varios modelos en base a lo que el cliente necesite, puede modificarlo como lo desea, con diferentes logos para causar la mayor sensación al momento de recibir el detalle se hace lo que el cliente indique.

## **Objeto de estudio y campo de acción**

### **Objeto de estudio:**

La creación de la empresa en física beneficiaria a toda la familia involucrada ya que Mila By Camila es una empresa en construcción familiar, y podrá replicarse en varias zonas de la ciudad en el caso de que la primera tienda sea un éxito.

**Campo de acción:**

Lo importante para poder conseguir sacar adelante a la empresa es poder buscar un lugar estratégico donde abarcar a la mayor cantidad de clientes que tengan en mente poder brindar un detalle personalizado para un familiar y poder brindarle un sinónimo de afecto.

Se debe conseguir trabajar con los mejores productos especiales y garantizados, para poder cumplir a cabalidad con los pedidos de los clientes.

**Justificación**

Uno de los principales problemas es que al ser una empresa en crecimiento y no contar con una tienda física hay cliente que no confían en la veracidad y compromiso que se le pone al trabajo solicitado, para garantizar que el trabajo sea confirmado se solicita un porcentaje de abono para confirmar la compra ahí los clientes les genera desconfianza.

La poca información de la tienda en las redes sociales no les garantiza a los clientes la veracidad del trabajo realizado, en base a eso se genera reseñas de los clientes que han confiado en los productos y les ha encantado es por ello que dejan sus reseñas de clientes conformes para que apoye a la tienda al momento que los clientes visitan el portal de una empresa seria con trabajos garantizados.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar la implementación de la empresa Mila By Camila con el enfoque de negocio en base a detalles personalizados con la finalidad, que sus clientes puedan acceder a una tienda física y puedan conocer de cerca toda la variedad de productos y servicios que se brinda con el control de calidad debido que garantizan la calidad de trabajo.

### **Objetivos Específicos**

- Mejorar las ventas aprovechando las fechas especiales y mejorar la visibilidad del Marketing para conectar más leads y mejorar la estrategia de fidelizar a los clientes.
- Análisis de incrementación de ventas en base a su enfoque y visualización mediante la implementación de la tienda física.
- Posicionarse como empresa muy reconocida en la ciudad de Quito sector Guajaló, donde se pueda dar a conocer el portafolio completo y variedades de oportunidad al cliente de personalizar por completo su pedido.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

En un mundo donde la personalización es cada vez más valorada, los regalos personalizados han ganado popularidad y se han convertido en una forma especial de expresar afecto, gratitud y aprecio hacia los demás. Un regalo personalizado es mucho más que un objeto material; es una muestra tangible de dedicación y atención hacia la persona que lo recibe.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), tres fechas movilizan con mayor fuerza la actividad económica del año: Navidad, el Día de la Madre y San Valentín, de ahí que el sector de comercio y servicios espera incrementar sus ganancias el día del 14 de febrero, cuando los ecuatorianos se disponen a hacer un homenaje a la amistad y el amor, es donde negocios como Mila By Camila empieza a tener un desarrollo e incremento de pedidos ya que son fechas especiales donde incrementa el negocio en el tema de detalles personalizados con floristería.

Cuando se acerca una fecha especial como un cumpleaños, un aniversario, una despedida o la época navideña siempre surge la duda sobre qué regalo es el ideal. Encontrar uno adecuado no es una tarea fácil, ya que hay que tener en cuenta diversos factores a la hora de buscar un detalle que le guste a la otra persona. Es importante tener en cuenta que cada ser humano es un mundo y que no a todos gustan las mismas cosas. Por ello, conocer en profundidad a la otra persona es imprescindible para acertar con el presente perfecto.

Actualmente, el mercado ofrece una cantidad infinita de opciones de diferentes tipos y precios, por lo que es difícil conseguir un detalle único y original. En las

tiendas parece la gente estar rodeada de regalos similares y que no expresan nada, por ello los regalos personalizados son una tendencia en pleno auge. Los gustos de los consumidores van cambiando a lo largo del tiempo, y en la actualidad están demandando este tipo de producto único y especial. (Cherez, 2021).

Una de las principales ventajas de iniciar un negocio de regalos personalizados desde casa es la flexibilidad horaria. Al trabajar desde casa, tienes la libertad de establecer tus propios horarios y organizar tu tiempo de acuerdo a tus necesidades. Además, no tienes que invertir en el alquiler de un local comercial.

### **Un negocio en alza**

Las tiendas online de regalos personalizados se han convertido en un modelo de negocio que está en alza. Este mercado ha sabido adaptarse a las necesidades de los usuarios, ofreciendo un catálogo elaborado de diferentes tipos de productos para todos los públicos. Manejándose con las mejores técnicas calidad que avalen los conocimientos.

Debido a la alta demanda de los presentes personalizados, existen numerosas tiendas online dedicadas a este negocio.

### **La globoflexia:**

La globoflexia es una técnica que trata de hacer diferentes figuras con los globos utilizando diferentes figuras con globos, utilizando la técnica de moldear las figuras

Se puede realizar en cualquier momento y lugar y hoy en día es una de las técnicas más utilizadas para la implementación en fiestas temáticas.

## **Tipos de decoraciones para eventos y fiestas**

Es importante marcar una diferencia a una fiesta o evento cualquiera, buscar la personalización tanto en fiestas como eventos. Las decoraciones de Eventos y Fiestas personalizadas tienen un concepto que está íntimamente ligado con el motivo del Evento.

La iluminación, en las decoraciones para fiestas, es un punto muy importante que tiene que destacar, aunque estudiando la fiesta como lo solicitan se pueden desarrollar de mejor manera la solución.

También hay tipos de decoraciones para fiestas en las que utilizar globos de helio como elemento predominante consiguen grandes resultados. Los globos de Helio son tendencia en muchas decoraciones, se pueden acompañar con flores o incluso con luces led integradas en el mismo globo.

## **Tipos de decoraciones para fiestas**

- **Decoración rústica**

Madera, toques vintage y mucho, pero que mucho verde.

- **A todo color**

Colores llamativos, fiestas temáticas y alegría a raudales.

- **Estilo Romántico**

Flores, tonos rosas y pasteles y una iluminación maravillosa.

- **Deco glam chic**

Toques románticos, en tendencia y muy chic. En este caso, con el color gold como protagonista.

- **Decoración “dulce”**

Tonos pastel y toques metalizados.

### **Tipos de Detalles personalizados:**

#### **Desayunos:**

Una selecta gama de desayunos personalizados con frutas y arreglos florales con detalles especiales que solicite el cliente.

#### **Frutas y Flores:**

Detalles en base a cajas personalizadas, con frutas con cobertura de chocolate y toppings a elección del cliente, también se adicionan detalles en la fruta de acuerdo a la ocasión que solicite el cliente.

#### **Rosas eternizadas:**

Las rosas preservadas son flores vivas que han sido sometidas a un procedimiento químico para sustituir su savia por un componente que les ayude a preservar su belleza en el tiempo.

#### **Frutas con Chocolate:**

Estos tipos de detalles son los más vendidos, para su elaboración se manifiesta que las frutas deben ser debidamente procesadas antes de proceder con la cobertura de chocolate que debe de buena calidad para que su sabor y textura sea más agradable para el consumidor.

### **Decoraciones Globos Burbuja:**

La decoración con este tipo de globo es muy agradable a la vista, los globos redondos y medianos de látex duran aproximadamente un día y medio. Los globos gigantes de látex duran de 3 a 6 días aproximadamente. Si lleva confeti, pintura o números puede durar menos. Los globos metálicos duran 2 días aproximadamente, según esta información se puede colocar los mejores implementos dentro para que tenga su tiempo útil.

### **¿Qué es una empresa?**

Una empresa también se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y por el que se obtengan beneficios.

(Etecé, 2021)

### **Segmentos del mercado**

La segmentación de mercados consiste en seccionar al mercado objetivo en grupos más pequeños que comparten características similares, como edad, ingresos, rasgos de personalidad, comportamiento, intereses, necesidades o ubicación.

- **Segmentación geográfica**

La segmentación geográfica es una división de mercado de acuerdo al lugar o zona donde se encuentren los usuarios, por ejemplo: región, país, estado, ciudad, entre otras.

- **Segmentación demográfica**

La segmentación demográfica consiste en dividir el mercado en grupos más pequeños, este tipo de segmentación toma en cuenta variables como la edad,

ingresos, grado de estudios, nacionalidad, raza, religión, ocupación, etc.

- **Segmentación Psicográfica**

La segmentación psicográfica es un tipo de orientación que permite a las empresas y a los especialistas en marketing dividir a los clientes en función de los rasgos psicológicos que pueden influir en sus comportamientos de compra.

- **Segmentación conductual**

Es una técnica utilizada habitualmente en el mundo del marketing, la cual permite segmentar audiencias en función de sus conductas, hábitos y preferencias de compra.

### **Objetivos de la segmentación de mercados**

#### **Producto:**

Crear productos exitosos es uno de los principales objetivos de las organizaciones y una de las razones por las que realizan una investigación de mercados. Esto permite añadir a tu producto las características adecuadas y además te ayudara a reducir costos para atender las necesidades de tu público objetivo.

(Alonso, 2019)

#### **Precio:**

Otro de los objetivos de la segmentación de mercados consiste en establecer el precio adecuado de tus productos. Identificando cuál es el público que estará dispuesto a pagar por él. (Alonso, 2019)

#### **Promoción:**

Te ayuda a orientar a los miembros de cada segmento y seleccionarlos en diferentes categorías para que puedas dirigir tus estrategias adecuadamente. (Alonso, 2019)

**Plaza:**

El último objetivo de la segmentación de mercados consiste en decidir la forma en la que ofreces un producto a cada grupo de consumidores y que sea agradable para ellos. (Alonso, 2019)

**Modelo de gestión empresarial CANVAS**

El modelo Canvas es una herramienta de gestión estratégica que permite analizar y crear planes de negocio de forma dinámica y visual. Gracias a su formato de lienzo, dividido en 9 bloques, ofrece un panorama global y simplificado de la empresa. (Ramos, 2015)

**1. Segmentos de Clientes**

En el modelo Canvas es muy importante este paso ya que se refiere a la división de un mercado en diferentes grupos ya sea de personas o empresas que comparten objetivos de compras iguales o distintos.

Para identificar como comprender estos segmentos es esencial manejar propuestas de valores muy efectivas y estar alineados con los procesos de Marketing.

**2. Propuesta de Valor**

La propuesta de valor es el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico. La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se decida por una u otra empresa, su finalidad es solucionar el problema o satisfacer la necesidad del cliente, algunas propuestas de valor pueden ser muy innovadoras y presentar ofertas totalmente nuevas, u otras

pueden ser similares a ofertas ya existentes e incluir algún atributo. (Batancout, 2016).

**Diseño:** Es un factor muy importante dentro de la propuesta de valor, ya que mediante los diseños que pueden ofrecer puede ser muy agradables a los consumidores, ese es su plus para ganar más clientes enfocados con la marca y su calidad.

**Marca:** La propuesta de valor su mayor enfoque debe ser resalta la marca por diferentes soluciones de Marketing.

**Reducción de costos:** La otra manera de generar valor a un negocio es permitir a los clientes poder ahorrar, con todos los productos ofertados a buenos precios.

**Accesibilidad:** También se puede crear valor colocando productos o servicios al alcance de los clientes que antes no conocían de la marca o no tenían acceso a ella.

**Comodidad:** Facilitar el acceso a las diferentes paginas o aplicativos de la marca es crear un valor agregado para que todos los clientes puedan acceder a los catálogos digitales del emprendimiento.

**Canales:** Se refiere a todos los modos que la empresa se comunica con todos los diferentes segmentos de mercados para llegar a ellos y entregarles una propuesta de valor.

- Información de dar a conocer a todos los clientes sementados la variedad de productos y servicios de la empresa.
- Permite que los clientes puedan evaluar las propuestas de valor de la empresa.

- Mediante la compra los clientes pueden conocer la variedad de productos.
- En la entrega se genera una propuesta de valor para que el cliente pueda recibir el producto con todas las estrategias utilizadas.
- Postventa, ofrecer a los clientes un servicio personalizado después de la compra en aspectos especiales.

### **3. Canales de un modelo Canvas**

Los canales en la metodología Canvas son aquellos medios que tiene la empresa para hacer llegar la propuesta de valor a sus clientes. En este bloque del lienzo se definen los canales de distribución más rápidos y rentables para llegar al segmento de clientes definido. (Zendesk, 2023)

La estrategia puede incluir diferentes tipos de canales de distribución:

- Canales propios
- Canales a través de distribución

### **4. Relación con clientes**

La relación con los clientes que una empresa establece con un segmento específico del mercado, puede estar basada en los siguientes fundamentos.

- **Captación de los clientes:**

Consiste en segmentar muy bien de manera correcta el mercado que se quiere atacar, fidelizar clientes mediante un correcto servicio. La relación con el cliente Canvas define cómo vas a atraer, preservar e incrementar tu cartera de clientes.

## **Tipos de relaciones con el cliente**

Existen varios tipos de relaciones con los clientes. Debes especificar de qué forma se conectará tu propuesta de valor con el cliente. Estos son algunos de los tipos de relaciones más comunes:

- **Directa:** Mantienes un trato personal con el cliente, sea cara a cara o vía telefónica
- **Indirecta:** en la comunicación a distancia se usan medios tecnológicos como la mensajería, los correos electrónicos o afines.
- **Individualizada:** Es un servicio exclusivo y personalizado con el consumidor.
- **Automatizada:** Intenta imitar la relación directa con el cliente mediante un mecanismo automatizado.
- **Colectiva:** ofrece atención a un grupo de consumidores o una comunidad, mediante charlas, talleres o seminarios.
- **Autoservicio:** la propuesta de valor está creada para que los clientes se sirvan a sí mismos
- **Vínculos con los clientes:** Se pueden establecer diferentes vínculos con los clientes según el tiempo de duración de la relación:
  - **Largo plazo:** Creas una relación íntima y estrecha con el cliente durante un largo plazo. Eso se ve en una relación por suscripción. Es un vínculo que el cliente no puede romper con facilidad ya que dejaría de obtener los beneficios del producto o servicio.
  - **Transaccional:** Son las relaciones ocasionales con los clientes, como ocurre en una compra específica en una tienda. El consumidor puede abandonar la

relación en cualquier momento, debido a que no existe ninguna limitación que lo detenga.

## **5. Fuentes de Ingreso**

Son las estrategias o métodos para recibir dinero para tu negocio.

La estructura de ingresos debe tener un volumen superior a la estructura de costes de tu empresa.

### **Tipos de fuentes de ingresos en el Modelo Canvas**

Definir los diferentes tipos de fuentes de ingresos o formas para percibir dinero en tu empresa. Los métodos para recibir ganancias dependen del valor que están dispuestos a pagar los clientes y las características de la compañía.

- **Cuota por uso**

El cliente paga únicamente por el uso del producto o servicio para satisfacer su necesidad. El problema del consumidor suele ser temporal, más nunca permanente. Aquí se puede usar como ejemplo la prestación de servicios: cursos educativos.

- **Venta de activos**

El flujo de ingresos Canvas también dispone de la venta de activos como una fuente de ingresos. Se refiere a cuando tu propuesta de valor proporciona a los clientes los derechos sobre el producto. El cliente es el dueño absoluto del producto o el servicio, para darle el uso que crea conveniente. Es la venta de bienes de diferentes categorías. (Zambrano, 2019)

## 6. Actividades clave

Los clientes son el corazón de todo modelo de negocio, para satisfacer eficientemente a estos la empresa lo agrupa en segmentos con características comunes algunos segmentos de mercado son:

- Mercado de masas:

Es cuando los modelos de negocio se dirigen al público en general sin distinguir segmentos de mercado.

- Nicho de mercado:

Los modelos de negocio orientados a nichos de mercado atienden a los segmentos específicos y especializados.

- Mercado segmentado:

Cuando algunos modelos de negocios distinguen varios segmentos de mercado con necesidades y problemas ligeramente diferentes se denomina mercado segmentados en base a la investigación.

- Mercado diversificado:

Una empresa con un modelo de negocio diversificado atiende a dos segmentos del mercado que no están relacionados y que presentan necesidades y problemas muy diferentes. (Acanio, 2017)

## 7. Recursos Clave

Los recursos clave son todos los activos que una empresa necesita para poder llevar adelante su negocio. Se presentan en recursos físicos, intelectuales, y recursos financieros y humanos.

Si se habla de recursos físicos se habla de los equipos que se utilizan para

la implementación del negocio, en los recursos intelectuales se añaden todos los conocimientos técnicos que conlleva la elaboración de los productos o servicios de la empresa.

Los recursos financieros están totalmente ligados con todos los flujos del capital.

#### **8. Asociaciones clave**

Describe la red de proveedores y socios que hacen que un modelo de negocios funcione. Cada vez es muy importante las asociaciones entre empresas para optimizar sus modelos de negocio. Están formados por proveedores, socios comerciales, u otras empresas aliadas.

#### **9. Estructura de Costes**

La estructura de costos describe todos los costos incurridos para operar un modelo de negocios. Por lo general se puede distinguir dos amplias clases de estructuras de costes: según costes y según valor.

### **CAPÍTULO III**

#### **INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA**

Mila By Camila inicia su funcionamiento en el año del 2019, en pandemia ya que por motivos de trabajo se genera esta idea de emprendimiento, tiene 6 años de funcionamiento sin local físico.

El giro de negocio está basado en la elaboración de detalles personalizados para regalos de toda ocasión, la empresa tiene solo con página virtual, y los detalles se elaboran en un local propio al sur de Quito en el barrio Guajaló.

Se cuenta con todas las medidas de higiene impartidas por la ley del consumidor, y se ha pensado en abrir el local físico para que se pueda abarcar más consumidores y que recomienden el trabajo.

Lo que hace únicos en comparación a la competencia es la accesibilidad que les dan al cliente en que ellos puedan indicar que les gustaría que se les coloque en los detalles que se elaboran totalmente personalizados.

Existe una clientela de manera fija ya que se ha hecho conocer por el trabajo y el movimiento en redes sociales.

#### **Tipos de investigación**

##### ***Explicativa***

Se llevaba a cabo para investigar de forma puntual un fenómeno que no se había estudiado antes, o que no se había explicado bien con anterioridad. Su intención es proporcionar detalles donde existe una pequeña cantidad de información.

El investigador obtiene una idea general y utiliza la investigación como una herramienta para que lo guíe a temas que podrían abordarse en el futuro. Su objetivo es encontrar por qué y para qué de un objeto de estudio.

***Descriptiva:***

En base al estudio descriptivo (Ayala, 2021) normalmente el mejor método de recolección de información que demuestra las relaciones y describe el mundo tal y como es. Este tipo de estudio a menudo se realiza antes de llevar a cabo un experimento, para saber específicamente qué cosas manipular e incluir en el experimento.

***Exploratoria***

La investigación exploratoria tiene por objeto investigar y analizar toda la información específica que no ha sido profundamente estudiada, se encarga de realizar investigaciones más detallada.

Se aplica este modelo de investigación para seguir analizando que como poder conseguir más tránsito de público, y fidelizar a los clientes con el servicio y garantizarlo.

**Técnicas e instrumentos de investigación**

***Observación:***

La técnica de observación es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

Esta técnica recopilar datos de forma sistemática observando y documentando comportamientos, acontecimientos o fenómenos tal y como ocurren de forma natural en entornos reales.

### ***Encuesta:***

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.

Una encuesta es un método de investigación que sirve para recolectar datos de una muestra específica de personas. El objetivo de una encuesta es, a partir de preguntas específicas, extraer información sobre una población o grupo de interés.

Para la implementación del proyecto se va a implementar encuestas de forma digital, utilizando la aplicación Google Forms específico para elaboración de encuestas.

## **Plan de muestreo**

### **Muestreo Probabilístico**

El muestreo probabilístico es un método de muestreo (muestreo se refiere al estudio o el análisis de grupos pequeños de una población) que utiliza formas de métodos de selección aleatoria.

Se aplicará un muestreo probabilístico, ya que, se pretende aplicar las encuestas a un número determinado de personas del sector Guajaló en base a la implementación de la nueva tienda física Mila By Camila.

Considerando el tipo de investigación que se está desarrollando se puede analizar que de acuerdo al último al último censo realizado en la parroquia la

Solanda existen (176,29 hab/ha.), (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2021) parroquia a la cual pertenece el sector Guajaló, donde existe una población homogénea de 9000 habitantes, donde se va a considerar el barrio Unión Popular.

Según la investigación de observación existen 155 viviendas donde se concluye el número de familias que van a ser encuestadas.

### **Muestra**

Fórmula

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

N= Población segmentada 155

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$\frac{155 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (155 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$= \frac{149}{1,3454}$$

$$= 111$$

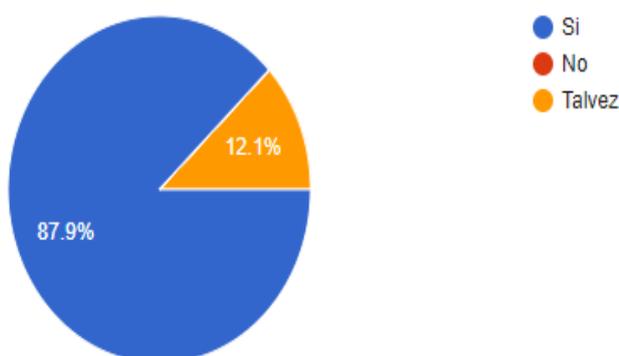
## Indicadores

Para la validación del presente proyecto se realizaron encuestas, las mismas arrojaron buenos resultados, dando la factibilidad de realización del mismo. La encuesta fue realizada a 111 personas moradores del barrio unión popular.

## Información primaria

### Presentación gráfica de resultados y Análisis de resultados

*Figura N°1 Resultado de la primera encuesta*



### Realizada por: Camila Camacho

1. ¿Conoce usted las bondades de generar una sonrisa a un ser querido mediante un detalle personalizado?

*Tabla 3 Resultados de primera encuesta*

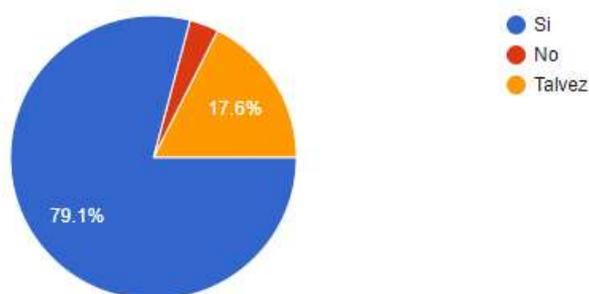
1. ¿Conoce usted las bondades de generar una sonrisa a un ser querido mediante un detalle personalizado?		
Opción	Numero	Porcentaje
Si	90	87,9%
No		0%
Talvez	21	12,1%

### Realizada por: Camila Camacho

## Análisis de resultados

En base a la encuesta el 88,7% indica que si es conoce la gran variedad de bondades que surgen al generar una sonrisa a un ser querido, el 12,01 indica que talvez conocen un poco de lo importante y saludable que es para la población poder generar una sonrisa, se puede concluir que el giro de negocio es muy viable ya que la mayoría del segmento enfoque si conoce las bondades para la salud de generar una sonrisa mediante un detalle.

**Figura N° 1 Resultado de la segunda encuesta**



**Realizada por: Camila Camacho**

2. ¿Consideras importante regalar un detalle personalizado en fechas especiales?

**2. Tabla 4 Resultados de segunda encuesta**

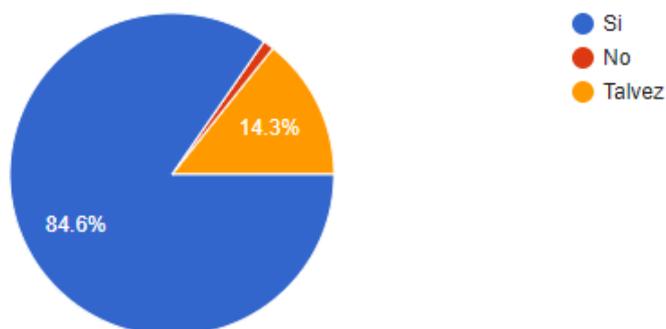
2. ¿Consideras importante regalar un detalle personalizado en fechas especiales?		
Opción	Numero	Porcentaje
Si	85	79,1%
No	6	3,3%
Tal vez	20	17,6%

**Realizada por: Camila Camacho**

## Análisis de resultados

En base a la encuesta realizada del 100% el 79,1% considera muy importante poder brindar un detalle personalizado como un regalo, el 17,6% es un porcentaje que talvez puede pensar en esta opción y el 3,3% no considera importante regalar un detalle por una fecha especial. Poder concluir que para la mayoría del segmento encuestado es muy importante poder contar con un emprendimiento donde puedan conseguir un detalle para poder regalar en fechas especiales e importantes

**Figura N° 2 Resultado de la tercera encuesta**



**Realizada por: Camila Camacho**

3. Si el emprendimiento implementaría un local físico de detalles personalizados con alta calidad de servicio ¿Comprarías el producto?

**Tabla 5 Resultados de tercera encuesta**

Si el emprendimiento implementaría un local físico de detalles personalizados con alta calidad de servicio ¿Comprarías el producto?		
Opción	Numero	Porcentaje
Si	78	84,6%
No	13	1,1%
Talvez	20	14,3%

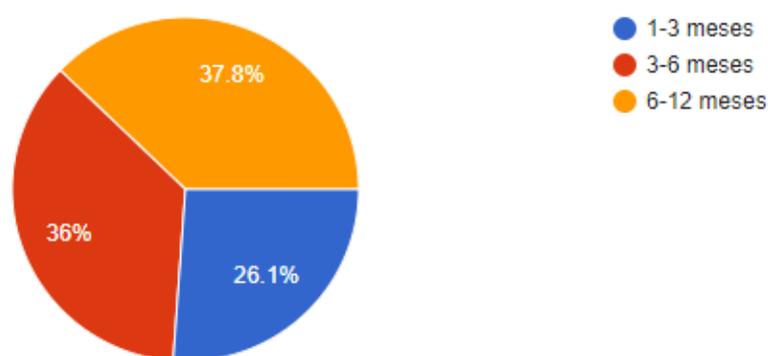
**Realizada por: Camila Camacho**

### Análisis de resultados

En análisis en base a esta pregunta del 100% de los encuestados confirman el 84,6% que, si comprarían el producto por la calidad, el 13,4% indica que lo puede analizar en base a la validación de calidad, y el 1,1% no compraría el producto.

Se puede deducir que es un negocio muy viable porque en el mercado hay gran aceptación de la población en futuras compras del producto y servicio.

**Figura N° 3 Resultado de la cuarta encuesta**



**Realizada por: Camila Camacho**

**4. ¿Cuánto tiempo llevas siendo cliente de la marca?**

**5. Tabla 6 Resultados de la cuarta encuesta**

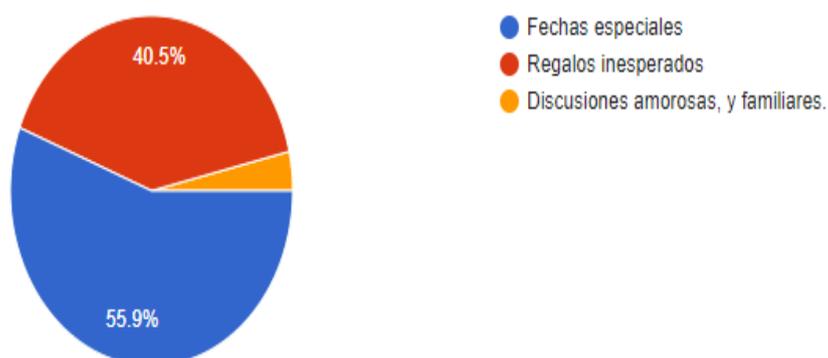
¿Cuánto tiempo llevas siendo cliente de la marca?		
Opción	Número	Porcentaje
1-3 meses	29	26,1%
3-6 meses	40	36,0%
6-12 meses	42	37,8%

**Realizada por: Camila Camacho**

### Análisis de resultados

Al ser una de las tiendas virtuales con gran acogida y recomendación del sector, se cumple con las expectativas de los clientes, en base a 100% de las encuestas el 37,8% son clientes que se conocen más de un año por los canales de comunicación, el 36% conoce de 6% y el 26,1% no está conociendo en un tiempo de tres meses donde se puede indicar que la acogida que se ha tenido por las campañas de publicidad ha sido muy buena, los clientes conocen desde mucho tiempo.

**Figura N° 4 Resultado de la quinta encuesta**



5. ¿Qué problema resuelve el (producto o servicio) en tu vida diaria?

**Tabla 7 Resultados de la quinta encuesta**

5. ¿Qué problema resuelve el (producto o servicio) en tu vida diaria?		
Opción	Numero	Porcentaje
Fechas especiales	65	55,9%
Regalos inesperados	4	3,6%
Discusiones amorosa y familiares	42	40,5%

**Realizada por: Camila Camacho**

### Análisis de resultados

En base al 100% de población encuestada el 55,9% indico que los productos y servicios resuelven problemas de regalos en fechas especiales.

El 40,5% indica que el problema puede resolver problemas de discusiones amorosas y familiares.

El 3,6% indica que el producto y servicio puede resolver los momentos que no se sabe que regalar como regalos inesperados.

**Figura N° 5 Resultado de la sexta pregunta**



**Realizada por: Camila Camacho**

6. ¿Consideras que este producto satisface tus necesidades?

**Tabla 8 Resultados de sexta encuesta**

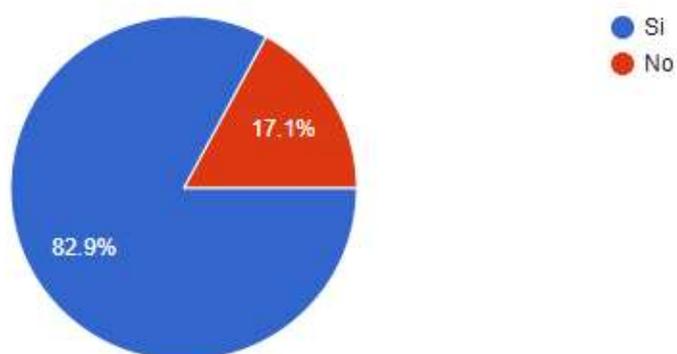
6. ¿Consideras que este producto satisface tus necesidades?		
Opción	Numero	Porcentaje
Si	110	99,1%
No	1	0,9%

**Realizada por: Camila Camacho**

### Análisis de resultados

Es una empresa en crecimiento, por las personas que han confiado en el trabajo y generan una buena recomendación que está basada en las respuestas de las encuestas en base al 100% el 99,1% indica que el producto si satisface sus necesidades, y el 0,9% indica que no está dentro de su rango de cumplimiento de necesidades.

**Figura N° 6 Resultado de la séptima pregunta**



**Realizada por: Camila Camacho**

7. ¿Este producto podría ser parte de los artículos de consumo que incluyes en tu vida?

**Tabla N° 9 Resultados de la séptima encuesta**

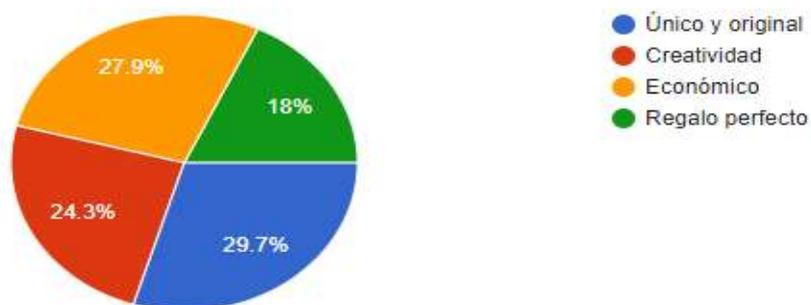
7. ¿Este producto podría ser parte de los artículos de consumo que incluyes en tu vida?		
Opción	Numero	Porcentaje
Si	92	82,9%
No	19	17,1%

**Realizada por: Camila Camacho**

### Análisis de resultados

En base al 100% de personas encuestadas el 82,9% indica que el producto y servicio puede ser parte de su consumo en su vida diaria, mientras que el 17,1% indica que no puede ser parte de los artículos de consumo de su vida diaria, deduciendo que la implementación de la tienda física va a tener muy buena acogida ante los consumidores. Logrando así captar más atención de los clientes mediante los productos que se coloque en exhibición.

**Figura N° 7 Resultado de la octava encuesta**



**Realizada por: Camila Camacho**

8. ¿Cuál ha sido el motivo por el que recomendarías este producto a otra persona?

**Tabla N° 10 Resultados de la octava encuesta**

8. ¿Cuál ha sido el motivo por el que recomendarías este producto a otra persona?		
Opción	Numero	Porcentaje
Único y originalidad	33	29,7%
Creatividad	27	24,3%
Económico	31	27,9%
Regalo perfecto	20	18,%

**Realizada por: Camila Camacho**

### **Análisis de resultados**

Se cuenta con excelente atención al cliente en base a canales de atención, es por ello que en base al 100% de personas encuestadas el 29,7% indica que recomendaría por ser un detalle único y original, el 27,3% indica que recomendaría porque se tiene precios accesibles que llaman la atención al cliente por ser de calidad y económicos, el 24,3% indica que recomendaría por ser regalos muy creativos y el 18% indica que puede recomendar por ser un regalo considerado perfecto en base a la personalización del mismo, se cuenta con buenos resultados en base a las encuestas donde se plasma la gran satisfacción de los clientes al comprar el producto.

***Figura N° 8 Resultado de la novena pregunta de la encuesta***



**Realizada por: Camila Camacho**

9. ¿Consideras que los medios de comunicación de la marca son los adecuados?

**Tabla N° 11 Resultados de la novena encuesta**

9. ¿Consideras que los medios de comunicación de la marca son los adecuados?		
Opción	Numero	Porcentaje
Si	110	99,1%
No	1	0,9%

**Realizada por: Camila Camacho**

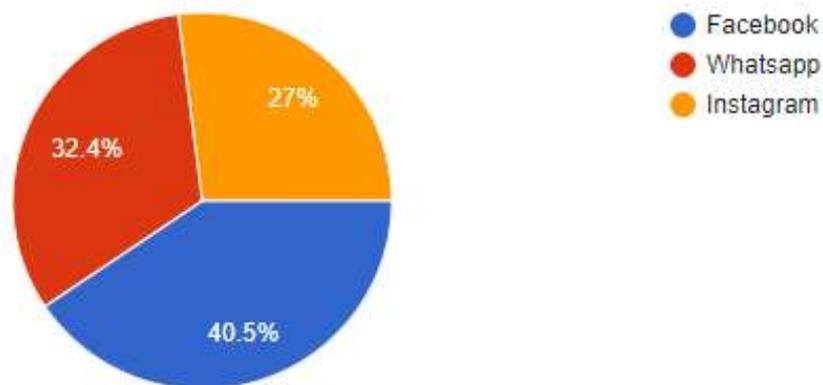
### **Análisis de resultados**

Los canales de comunicación que se ha escogido para trabajar son los canales de comunicación tradicional, en base a las encuestas del 100%, el 99,1% indica que los medios de comunicación son los adecuados para poder llegar a la captación de más clientes y mantener informado a la cartera de clientes que ya conocen.

El 0,9% indica que no son los medios adecuados donde se puede analizar si se puede implementar más canales de comunicación no tradicionales.

Pero la gran mayoría concuerda que los canales de comunicación que maneja Mila By Camila son los correctos donde se puede hacer más enfoque para fortalecer estos canales que ya maneja e impactar causando más acercamiento con el cliente.

**Figura N° 9 Resultado de la décima pregunta de la encuesta**



**Realizada por: Camila Camacho**

10. ¿Cuál es el medio que más usas para enterarte de las promociones?

**Tabla N° 12 Resultados de la décima encuesta**

10. ¿Cuál es el medio que más usas para enterarte de las promociones?		
Opción	Numero	Porcentaje
Facebook	45	40,5%
WhatsApp	36	32,4%
Instagram	30	27

**Realizada por: Camila Camacho**

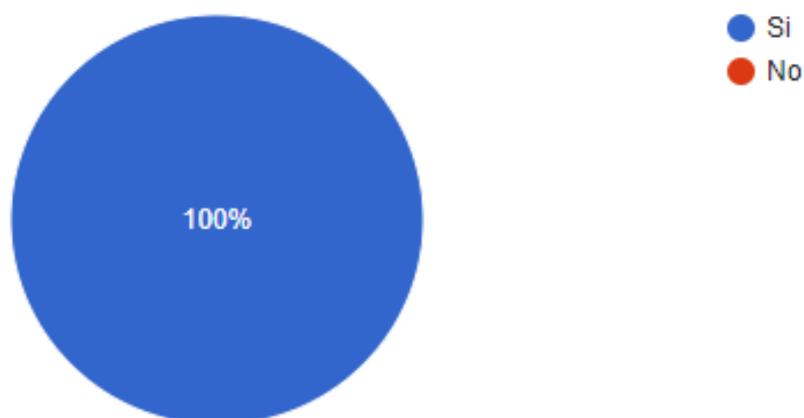
### **Análisis de resultados**

Existen canales de comunicación oficiales donde constantemente se publica las promociones vigentes, de acuerdo a las encuestas realizadas del 100% el 40,5% indico que para ellos el canal que más factible es para recibir promociones es Facebook, por otro lado, el 32,4% manifestó que es más conveniente poder recibir toda la información mediante el canal de comunicación

WhatsApp, y el 27% indico que desean recibir información detallada de promociones mediante el canal Instagram.

Cada cliente maneja de mejor manera sus redes sociales, es por ello que en base a los resultados obtenidos se puede utilizar más estrategias de publicidad en los canales oficiales para poder mejorar la relación e interacción con los clientes.

**Figura N° 10 Resultado de la décima primera pregunta de la encuesta**



**Realizada por: Camila Camacho**

11. ¿El proceso de compra on-line es rápido?

**Tabla N° 13 Resultados de la décima primera encuesta**

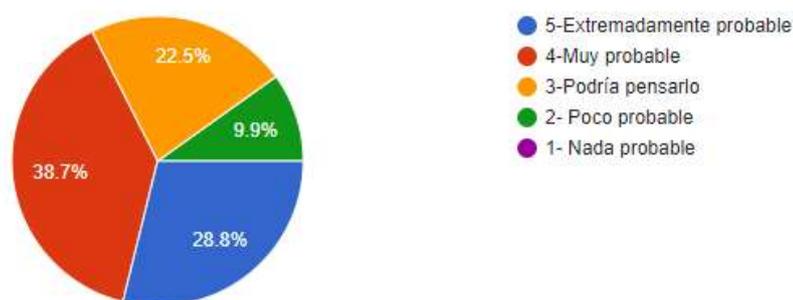
¿El proceso de compra on-line es rápido?		
Opción	Numero	Porcentaje
Si	111	100,0%
No	0	0,0%

**Realizada por: Camila Camacho**

### Análisis de resultados

En base al 100% de personas encuestadas el 100% indico que el proceso de compra en línea es muy rápido y accesible, mediante los canales oficiales también existe los carritos de compra que fortalecen la interacción con el cliente, logrando así que se cuenta con el 100% de aceptación en este paso, es muy importante poder mantener esta opción de compra ya que existen cliente que prefieren hacer la compra de manera directa sin intermediarios.

**Figura N° 11 Resultado de la décima segunda pregunta de la encuesta**



**Realizada por: Camila Camacho**

12. ¿Del 1 al 5, si hubiera una tienda física la visitaría?

**Tabla N° 14 Resultados de decima segunda encuesta**

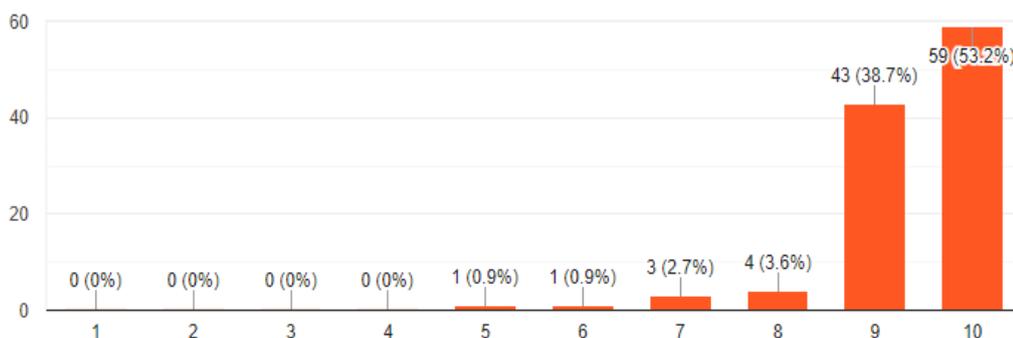
Del 1 al 5, si hubiera una tienda física la visitaría		
Opción	Numero	Porcentaje
5-Extremadamente probable	32	28,8%
4-Muy probable	43	38,7%
3-Podría pensarlo	25	22,5%
2- Poco probable	11	9,9%
1- Nada probable	0	0,0%

**Realizada por: Camila Camacho**

### Análisis de resultados

En base a los resultados de las personas encuestadas dentro de 100% el 38,7% indico que es muy probable que visite en la tienda física, el 28,8% indico que es extremadamente probable que visten, el 22,5% indico que podría pensarlo en base a sus necesidades que se le presenten y el 9,9% indico que no visitaría. El 9,9% indicó que no visitaría el local a menos que la empresa se encargue fortalecer la relación mediante los canales de información y medios de compra.

**Figura N° 12 Resultado de la décima tercera pregunta de la encuesta**



**Realizada por: Camila Camacho**

13. ¿Del 1 al 10, ¿qué nota le pondrías a todo el servicio?

**Tabla N° 15 Resultados de la décima tercera pregunta de la encuesta**

13. ¿Del 1 al 10, ¿qué nota le pondrías a todo el servicio?		
Opción	Numero	Porcentaje
5	1	0,9%
6	1	0,9%
7	3	2,7%
8	4	3,6%
9	43	38,7%
10	59	53,2%

**Realizada por: Camila Camacho**

### **Análisis de resultados**

El servicio es de calidad y garantizado en base al 100% de los encuestados el 53,2% indico que la nota que colocarían para evaluar el servicio es 10, el 38,7% colocaría una nota de 9 puntos, el 3,6% indico que la nota por servicio sería 8 puntos, el 2,7% indico que evaluaría con nota de 7 puntos, el 0,9 indico que evaluaría con nota entre 5y6 puntos.

En base a la mayoría de encuestados el puntaje de servicio al cliente es muy alto confirmando que se mantiene mucha organización y respeto por el cliente hay un porcentaje muy bajo que falta trabajar para alcanzar el 100% en calidad de servicio.

### **Análisis General:**

En este capítulo se ha realizado el análisis de los antecedentes que dieron pie para realizar el proyecto, para el beneficio de la implementación de la tienda física Mila By Camila.

Existe gran aceptación de la población donde implementar la tienda, pero se tiene puntos a reforzar como seguir haciendo conocer la marca a nuevos clientes que puedan llevarse una buena impresión del trabajo.

Se debe seguir haciendo crecer las visualizaciones en todas las redes sociales que se maneja para no solo enfocarse en un segmento pequeño de edad, al contrario, poder contar con todo el rango de edades interesados en el producto y servicio.

En base a la segmentación cotizada existe gran aceptación en el mercado por la propuesta de valor adicional a los productos y servicios que se ofrecen para que los clientes estén satisfechos con los servicios.

Tomando en cuenta que de la población que se ha escogido ya que cuenta la empresa con clientes que conocen eso ayuda a la recomendación por un gran servicio, colocándose en un target de emprendimientos con buen conocimiento en técnicas y servicio al cliente brindando lo mejor.

Por último, se realizó los gráficos de los resultados y el análisis de los mismos, de acuerdo a estos se ha concluido la factibilidad de poder implementar la nueva tienda Mila By Camila, ya que en todas las preguntas realizadas en la encuesta se obtuvieron respuestas positivas a los que el tema se refiere.

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA

**Tema:**

Proyecto Integrador para la creación de la empresa Mila By Camila ubicado en la ciudad de Quito, Parroquia Solanda, sector Guajaló, Barrio la Unión basado en la estructura de modelo Canvas.

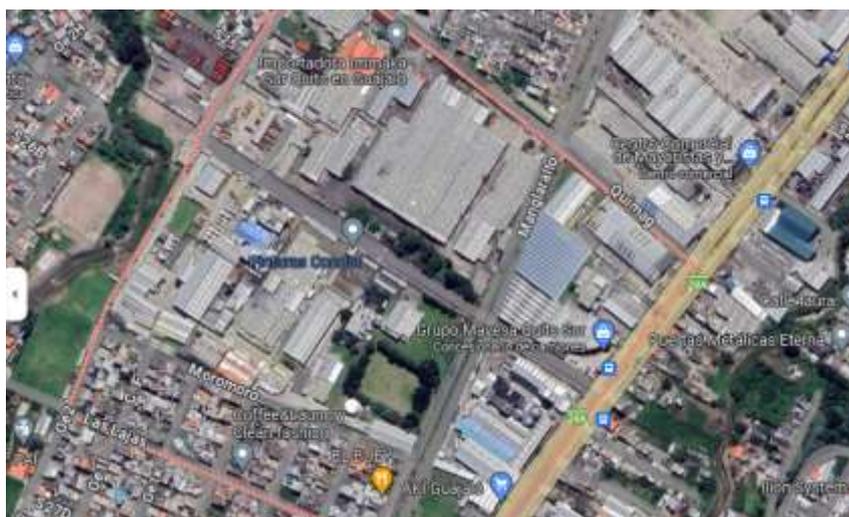
Datos informativos

**Empresa:** Mila By Camila

**Beneficiarios:** Dueña del Negocio Mila By Camila.

**Ubicación:** Provincia: Pichincha, Cantón: Quito, Parroquia: Quitumbe,  
Sector Guajaló, Barrio la Unión.

*Figura N° 13 Ubicación local Mila By Camila*



Fuente: <https://www.google.com/maps>

## **Antecedentes de la Propuesta**

En los últimos años se ha visto que la mayoría de personas buscan emprender para poder tener una fuente de ingresos propia al momento el mercado de la elaboración de los detalles personalizados ha ganado mucho espacio dentro del mercado.

Ya que existe un sin número de empresas grandes, medianas y micro que se dedican a este giro de negocio ya que permite ingresos buenos en base a conocimientos en técnicas y creatividad.

La gran demanda de falta de trabajo y posibilidades hacen que varias personas dedican emprender es lo que motiva para la creación de Mila By Camila un emprendimiento creado a consecuencia de la pandemia, donde gran población se vio afectada en los ingresos económicos.

Dentro de la investigación que se ha realizado en el sector unión popular donde la gran mayoría de la población, conocer y generar mucha aceptación a la implementación de la tienda física, el sector que se ha escogido es conocido, transitado y en calle principales y de gran afluencia para poder ofertar los servicios y productos variados de calidad.

Una vez analizado las encuestas con un gran porcentaje de aceptación con confianza en la viabilidad de la implementación de la tienda, toda la población encuestada confirma la calidad del servicio y acepta que es importante poder contar con una tienda donde tenga a mayor alcance un regalo perfecto y sobre todo que permita al cliente tener varias opciones de compra, diversas opciones de

detalles para toda ocasión y sobre todo con la oportunidad de que el cliente pueda al 100% personalizar el detalle como ellos desean.

### **Justificación**

Hoy en día es muy importante que existan muchos recursos para que las personas puedan optar por regalar un detalle personalizado para un ser querido y a la vez se pueda tener varias opciones en la implementación de menaje y arreglos especiales para todo tipo de fiesta.

Esto es importante porque ayuda al cliente a sentirse tranquilo al momento de solicitar un detalle especial o a su vez poder contar con una empresa que le ayude a realizar la organización completa de una fiesta con la temática que el cliente necesite y cumpliendo las expectativas del mismo.

Las tareas a desarrollar en este proyecto es cumplir con todos los procesos y pasos para la implementación de la tienda, en base a permisos de patentes municipales para estar en regla con el municipio y poder implementar el local sin ninguna complicación.

Es importante tomar en cuenta los factores administrativos y económicos que se debe seguir paso a paso para evitar inconvenientes que puedan perjudicar la apertura del local, dentro ellos está la apertura del ruc, registros de LUAE, permisos de bomberos y mediciones de espacio.

Es importante tomar en cuenta los factores administrativos y económicos que se debe seguir paso a paso para evitar inconvenientes que puedan perjudicar la apertura del local, dentro ellos está la apertura del ruc, registros de LUAE, permisos de bomberos y mediciones de espacio.

Se espera que este proyecto ayude de manera muy positiva para los creadores del emprendimiento, para poder ser más reconocidos y generar más ingresos que ayuden a que la empresa siga creciendo para poder ser una gran fuente de empleo.

También es importante poder cumplir al 100% con las expectativas de los clientes ya que ellos son la base para el crecimiento de la empresa, se confía en el nivel de desempeño y creatividad y técnicas especializadas para brindar un servicio y producto de calidad donde se hará énfasis a el lema Regala mucho amor causando mucha alegría a la persona que recibe los productos ya que es la mayor satisfacción.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Realizar el modelo de gestión empresarial CANVAS de la creación de la empresa Mila By Camila ubicada en el sector Guajaló, barrio unión familiar, ciudad de Quito.

### **Objetivos Específicos**

- Conocer la segmentación de mercado al que se va a prospectar el negocio.
- Fidelizar al cliente.
- Definir los procesos administrativos correctos que se debe cumplir.
- Manejar la parte contable.
- Perfeccionar las técnicas utilizadas en el proceso de elaboración de producto y calidad al momento de atención al cliente.
- Respetar los derechos del consumidor.

- Mantener un correcto orden y presentación de la nueva instalación.
- Cumplir con las normativas de funcionamiento.

### **Análisis de Factibilidad Modelo CANVAS**

El modelo Canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece.

- Simplifica la complejidad de analizar y crear modelos de negocio, haciéndolo accesible para emprendedores de todos los niveles.
- El corazón del modelo Canvas es la propuesta de valor, asegurando que todos los aspectos del negocio contribuyan a entregar valor a los clientes.
- Ofrece una visión global del modelo de negocio, permitiendo identificar cómo cada sección se interrelaciona con las demás alrededor de la propuesta de valor. (Alcalde, 2024)

#### **1. Segmentos de clientes y problemas:**

El enfoque de negocio va destinado a la mayoría de población sin categorizar por máximo o mínimo de edad, ya que el giro de negocio va dedicado en brindar soluciones para poder regalar el mejor regalo y que los clientes consigan que sus seres queridos por fechas especiales por temporada, por cumpleaños se sientan más queridos.

Se hace referencia al slogan Mila By Camila- Regala mucho amor, donde se cuenta con diferentes detalles con precios muy accesibles que hacen que el enfoque de clientes sea muy grande ya que no hay edades para poder regalar un presente y que mejor personalizado.

Poder mantener este emprendimiento es muy agradable ya que de todos los clientes que frecuentan y dar a conocer se puede aprender de cada cliente ya que son un mundo diferente que necesita cumplir con sus expectativas personales, así que es muy importante tener toda la retroalimentación del cliente, siempre lo más importante es que el cliente este contento con su producto y servicio.

La empresa recurre al mercado de masas es una estrategia que permite dirigir a todas las personas las cuales son susceptibles de ser futuros clientes.

La idea fundamental es transmitir un mensaje y que éste llegue a la mayor cantidad de audiencia. Se trata de que la difusión de la información llegue a cualquier ciudadano dispuesto a escuchar. Esto aumenta la audiencia considerablemente, aunque se corre el riesgo de encontrarse gran competencia y un público ampliamente saturado.

También se puede analizar la estrategia de Nicho de mercado donde se hace énfasis a un mercado dividido que se puede utilizar en el producto y servicio a una audiencia con todas las necesidades equivalentes al emprendimiento.

## **2. Propuestas de Valor:**

Mila By Camila en base a las encuestas realizadas en un emprendimiento que ayuda a solventar las necesidades del cliente la propuesta de valor es diferente

a la competencia, se cuenta con un sinnúmero de cualidades únicas y diferentes en el mercado.

La creatividad permite innovar más el catálogo de productos y servicios que se ofrecen a los consumidores que esperan recibir productos de calidad.

Mejorando las presentaciones en base a técnicas que solventan ciertas necesidades especiales para cada segmento de cliente que se está desarrollando, lo indispensable es poder brindar servicios de calidad.

### **3. Canales**

Los contactos que se realiza con el cliente la gran mayoría están basados en redes sociales donde se puede interactuar con el cliente en base a sus requerimientos.

El mayor canal de demanda es la página web donde se puede direccionar directamente al canal de WhatsApp para recibir una atención más personalizada, se cuenta con todos los catálogos actualizados en base al mes o temporadas de demanda comercial.

Los canales alternos son páginas comerciales como lo es Facebook, Instagram, donde siempre se está compartiendo campañas publicitarias que permitan alcanzar gran interacción con los clientes.

La estrategia de Marketing de contenidos para la creación y distribución de contenido relevante y valioso para atraer y retener a un público objetivo, que permite poder alcanzar fidelizar al cliente que el portafolio de servicios y productos cumpla con sus necesidades y así poder concretar la venta.

#### **4. Relación con los clientes**

La asistencia personal en relación de la empresa interactúa con el cliente directamente puede ser mediante los canales oficiales donde se pueda brindar una atención personalizada y garantizada.

Lo principal es lograr que el cliente se lleve la mejor experiencia de compra y posterior de postventa, garantizando el servicio impecable de respuesta al cliente.

Contar con una persona encargada de brindar una atención personal exclusiva para poder acompañar al cliente en la compra, poder asesorarlo y cumplir con todos los estándares de calidad que necesita un cliente al momento de realizar una compra importante.

Se cuenta con varias herramientas que permiten poder marcar una diferencia con el cliente en base a la relación que se maneja de clientes y compradores permitiendo así que mediante la página puedan tener de manera rápida y sencilla un interfaz amigable con el usuario para que pueda realizar sus compras de manera sencilla sin realizar tantos pasos.

#### **5. Fuentes de Ingreso**

El producto estrella es la elaboración y ventas de fresas con chocolate con el cual se desea satisfacer las necesidades de los clientes.

Su costo fijo es de \$5,00, se debe procurar vender al día la cantidad de 3 ramos de fresas con chocolate, teniendo a la semana la ganancia de \$75,00.

Ventas de detalles personalizados para todo tipo de ocasión, con oportunidad de que el cliente pueda indicar como necesita que se haga la decoración.

- Implementación y montaje de arreglos decorativos para fiestas de toda ocasión.
- Decoración de frutas y especialidad en fresas con coberturas de chocolate.
- Técnica de preservación de rosas eternizadas.
- Venta de cursos y talleres prácticos para implementación y uso de técnicas en decoración de cobertura de chocolates.
- Personalización de fiestas según temporada del año.
- Venta de desayunos personales con frases según temporada.

## **6. Recursos Claves**

Los recursos ideales para ser claves en los emprendimientos son, los físicos, financieros, tecnológicos e intelectuales.

### ***Físicos***

- Máquina de relleno de globos burbuja.
- Equipos de computación.
- Máquina de corte especiales de flores.
- Maquina industrial de helio.
- Maquina infladora de Globos.
- Equipos de computación
- Menaje de eventos: sillas y mesas.
- Stock de cajas por temporada.

- Materiales de decoraciones.

### ***Financieros***

Con una mínima inversión de \$10.000, con esta manera se va a poder empezar el negocio.

### ***Tecnológicos***

Existirán dos equipos de computación e impresión y las máquinas de plasmado de detalles y globoflexia.

Dentro de los recursos claves están las inversiones de los pagos de patentes municipales que ayudan en la apertura del local y su libre funcionamiento.

Para cumplir con los recursos claves también se debe tomar en cuenta la liquidez de capital para poder asegurar el funcionamiento del negocio hasta que se esté muy bien posicionados en la nueva tienda física.

## **7. Recursos Humanos**

Este recurso es muy importante ya que es la clave principal de que el negocio funcione, si la cabeza administrando no es posible llevar a cabo el emprendimiento.

### **Inversión inicial**

La inversión inicial es el valor con el cual el emprendimiento inicia sus actividades comerciales.

### **Activos fijos**

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

En “Mila By Camila” se toma en cuenta como activos fijos los equipos industriales con los que debe contar la tienda, así también como todos, los muebles y enseres, equipos de cómputo necesarios para el emprendimiento.

***Tabla N° 16***  
***Activos Fijos***

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Local	0
vehículo	7000
Equipos Ind.	2000
Equipos de Computación	3000
Muebles - enseres	400
Total Activos Fijos	12400

***Nota:*** Tabla activos fijos

### Permisos y requisitos de funcionamiento

Son todos los permisos que se deben cumplir para empezar con las actividades comerciales.

**Tabla N° 17**  
**Permisos de funcionamiento**

Permisos y funcionamiento	Descripción	Costo
Patente Municipal	Permiso otorga por el municipio importante para el funcionamiento del establecimiento.	\$90
Ruc	Se solicita con el SRI el permiso de funcionamiento	\$0
Bomberos	Proceso importante se gestionó directamente con los bomberos	\$50
Total		\$140

**Nota:** Tabla de permiso para el funcionamiento

### Capital de trabajo

Hace referencia a los activos circulantes con los que cuenta un negocio. Es decir, son los activos que una empresa espera convertir en efectivo en un periodo corto de tiempo (menos de un año). Dentro del capital de trabajo consta el efecto, las cuentas por cobrar y los inventarios. (Peñaloza, 2008).

**Tabla N° 18**  
**Capital de Trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO	3 meses	12 meses
Equipos de Computación	3000	12000
Muebles y enseres	1200	4800
Sueldos	1629,75	6579,4
Servicios Básicos	300	1200
material oficina	80	320
material limpieza	250	1000
gastos documentos, permisos	35	140
alquiler local	300	1200
publicidad	150	600
adquisición productos	900	3600
gastos financieros	270	1.080,00
<b>TOTAL, INVERSIÓN</b>	<b>20114,75</b>	<b>44.919,40</b>

**Nota:** Tabla capital de trabajo

### **Inversión total**

En esta parte es muy importante que la suma de esta inversión sea de los activos fijos y el capital de trabajo.

El Mila By Camila la inversión total es de esta inversión total es de \$47979,40 misma detallada en la siguiente tabla.

**Tabla N° 19**  
**Tabla de inversión**

TOTAL DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	12400
CAPITAL DE TRABAJO /12	44.919,40
TOTAL DE INVERSIÓN	57.319,40

**Nota:** Tabla de Inversión

## Sueldos

En “Mila By Camila” y en base a lo establecido en la ley ecuatoriana se determina el sueldo de una persona destinada a trabajar en la misma, en la siguiente tabla se detalla los salarios que estas personas ganarían.

**Tabla N° 20**  
**Sueldos**

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Anfitrión	460	5520	521,64	670,68	5669,04
TOTAL	460	5520	521,64	670,68	5669,04

**Nota:** Tabla de sueldos

## Beneficios legales

Los beneficios legales que se otorgan a la dueña del local “Mila By Camila” en base a lo establecido en la ley son décimo tercero y décimo cuarto sueldo, presentado en la siguiente tabla.

**Tabla N° 21**  
**Décimos**

PERSONAL	SUELDOS	DÉCIMO 4°	DÉCIMO 3°	TOTAL DÉCIMOS
Anfitrión	460	450	460	910
TOTAL	460	450	460	910

**Nota:** Tabla de decimos

El valor total de las remuneraciones más los beneficios que por ley le corresponde a cada colaborador es de \$6579,04 demostrado en la siguiente tabla.

**Tabla N° 22****Remuneración Total**

TOTAL	TOTAL	TOTAL
SUELDOS	DÉCIMOS	ANUAL
5669,04	910	6579,04

**Nota:** Tabla de remuneración total

**Depreciación de activos**

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable.

Los activos fijos sujetos a la depreciación que en la tienda “Mila By Camila” se mantienen son los equipos industriales con un 10%, el local con un 5%, el vehículo con un 20% y los equipos de computación con un 33,33% y los mueble y enseres con un 10%, en la siguiente tabla se demuestra el activo porcentaje y valores de depreciación.

**Tabla N° 23****Depreciación de activos**

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS (en línea recta)			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	2000	10%	200
Edificio	0	5%	0
Vehículos	7000	20%	1400
Equipos de Computación	3000	33,33%	999,9
Muebles y Enseres	400	10%	40
			2639,90

**Nota:** Tabla de depreciación de activos fijos

### Estructura de capital

En cuanto al capital que se maneja en la tienda Mila By Camila el 45% es el capital propio que se invertirá, siendo este un total de \$25000 el restante 67% es el financiamiento que se obtendrá mediante un préstamo financiero de un socio de la tienda \$32319,40 la inversión total será de \$ 57,319,40.

El costo está representado por un 13% del capital propio y un 14% tomando en cuenta la tasa pasiva y el riesgo país, y el capital financiado será de 14% con respecto al costo.

La tasa de descuento en el capital propio es de 5,7% y del capital financiado es de 7,9%.

#### **Tabla N° 24**

##### ***Estructura de capital***

ESTRUCTURA DE CAPITAL				
		Estructura	Costo	TD
Capital Propio	25000	44%	13%	5,7%
Capital Financiero	32319,4	56%	14%	7,9%
TOTAL	57.319,40	100%		13,6%
INVERSIÓN				

**Nota:** Tabla de estructura del capital

### **TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento)**

La TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Retorno) es la tasa de rendimiento que una empresa o inversionista exige para considerar que un proyecto de inversión es rentable. En otras palabras, es la tasa de interés que se utiliza como criterio para aceptar o rechazar un proyecto de inversión.

La tienda de detalles personalizados “Mila By Camila” a calculado la tasa mínima de rendimiento en un 13,6%, siendo la sumatoria de la tasa de descuento del capital propio y financiero.

## **8. Actividades Clave**

Las actividades claves de negocio son las tareas más relevantes que se debe poner en práctica para poner en marcha al 100% el negocio.

Producción y desarrollo de los productos, gestión de la entrega de manera correcta y ordenada. Dentro de estas actividades las que más se debe colocar énfasis son las técnicas que se utiliza para la elaboración de cada producto.

También se debe fortalecer el branding de marca, aunque pueda no parecer una prioridad, el branding de una empresa es muy importante. En la fachada puede parecer que solo consta de un logo y colores, pero en realidad recoge la identidad completa del negocio. Es importante la personalidad del cliente

Con el branding adecuado, existirá la oportunidad de tener cierto control sobre la percepción del público.

Fomentar el uso adecuado de las páginas de los canales de comunicación para lograr tener al cliente con varias oportunidades de ventas que se generen dentro de las organizaciones.

## **9. Asociaciones clave**

Es muy fácil determinar las asociaciones claves cuando se está iniciando un emprendimiento.

Ya que los proveedores son empresas que cuentan con los mejores precios y equipos de calidad, que ayudan a optimizar recursos, ser más eficientes y sumar fuerzas para llegar a más clientes.

Las personas que ayudan con las entregas del producto son muy importantes dentro de los socios claves ya que sin ellos no se podría completar la parte final de la compra.

Alianzas estratégicas con socios, que permitan poder incrementar los valores de inversión en el caso el emprendimiento necesite mayor cantidad de inversión

Potenciar el contacto el cliente final con las páginas web y la tienda que se va a apertura.

## **10. Estructura de costos**

Los impuestos por la apertura del negocio, conformado por patentes municipales.

Los valores de educación en las tendencias de técnicas y decorado que salen por temporadas que permiten estar muy enfocados con técnicas que se debe manejar para poder desarrollar de menor manera el modelo de negocio.

Pagos por suministros de internet para las instalaciones de la tienda y plan celular para el teléfono corporativo ligado al emprendimiento.

Costos por pedidos mínimos de los recursos para la implementación de la tienda, se debe cumplir con un porcentaje de compras mensuales para acceder a precios convenientes.

Pagos mensuales de las promociones que se realiza en los canales de comunicación oficiales.

Costos por servicios administrativos que implica la parte contable del negocio y costos por servicios administrativos que implica la parte contable del negocio.

### **Punto de equilibrio**

A continuación, se presenta las tablas del punto de equilibrio que se ha calculado para el proyecto de la tienda “Mila By Camila”.

El análisis del punto de equilibrio estudia entonces la relación que existe entre costos fijos, costos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de ventas que una empresa o negocio debe alcanzar para lograr cubrir sus costos de producción, costos de ventas y demás costos de tipo administrativo.

En otras palabras, el punto de equilibrio es el nivel ingresos que iguala a la sumatoria de costos totales. En este punto la utilidad operacional es igual a cero. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado. (Váquiro, 2019)

A continuación, se presenta las tablas del punto de equilibrio que se ha calculado para el proyecto de la apertura de la tienda Mila By Camila.

**Tabla N° 25**  
**Tabla costos fijos**

Costos fijos	
Arriendo	100
Sueldos	460
<b>TOTAL</b>	<b>560</b>

**Nota:** Tabla de costos fijos

### Margen de contribución

El margen de contribución del presente proyecto se lo estableció en base a su producto estrella Fresas con cobertura de chocolate, siendo el costo del mismo de \$ 5.00 y el precio estimado de este producto es de \$ 10.00, siendo el margen de contribución de la tienda Mila By Camila, de \$ 5.00, que se detalla a continuación.

#### *Tabla N° 26*

##### *Tabla de margen de contribución*

Costos de Producto		
precio	10.00	
costo	5.00	
Ganancia	5.00	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

*Nota:* Tabla de margen de contribución

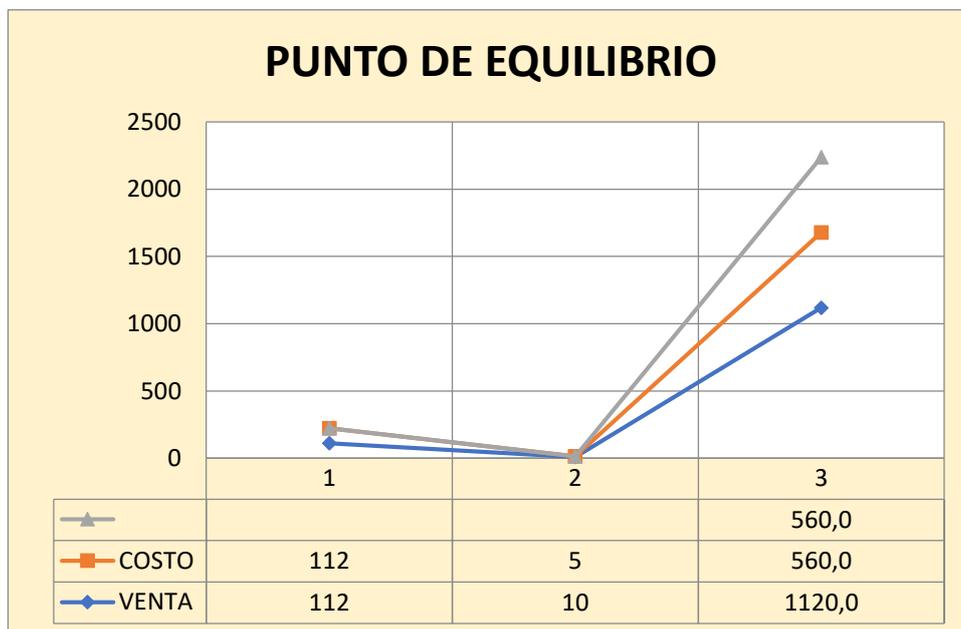
El punto de equilibrio se lo hizo tomando el producto estrella de la tienda Mila By Camila para calcular las ventas que se deben realizar, con lo cual se obtuvo como resultado que tienda Mila By Camila, debe vender 112 unidades del producto estrella, que sería el punto de equilibrio para la tienda de detalles personalizados, las ventas diarias serían de 4 unidades.

**Tabla N° 27****Tabla de punto de equilibrio**

<b>PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>			
<b>PE=</b>	112		
	112	Fresas con chocolate	3,7 diario
<b>VENTA</b>	<b>112</b>	<b>10</b>	<b>1120,0</b>
<b>COSTO</b>	112	5	560,0
			<b>560</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			<b>0</b>

*Nota:* Tabla de cantidades y punto de equilibrio

**Figura N° 14 Grafico punto de equilibrio**



**Nota.** Grafico que marca el punto de equilibrio

Se puede demostrar que en la tabla y en la gráfica existe relación de ambos aspectos y el punto de equilibrio que es la base para la toma de decisiones del proyecto.

Es importante que para cubrir los costos y gastos generados en el negocio se debe producir 112 unidades del producto estrella que son las (fresas con chocolate), pero es muy importante mencionar que la empresa ofrece más productos y servicios a la venta.

## CAPÍTULO V

### Conclusiones

La presente investigación se ha dedicado en la factibilidad de la creación de la empresa en base al modelo Canvas, donde se ha puntualizado lo mejores procesos

La propuesta del emprendimiento Mila By Camila en base a los encuestados es muy favorable, tiene un alto grado de aceptación por todos los encuestados, se puede indicar que la población está de acuerdo con la implementación en el sector Guajaló Barrio Unión Popular.

Se realizó la investigación en base a la pregunta número 12, el 67,5% confirmo que visitarían en el nuevo local por el servicio y calidad.

En base a la investigación poder indicar que con la venta del producto estrella va a lograr incrementar las ganancias de manera diaria.

Mediante la propuesta de valor que se ha decidido aplicar se puede posicionar como un emprendimiento muy reconocido en la ciudad de Quito, sector Guajaló, barrio unión familiar, siendo en primer local que brinde estas actividades comerciales y destacarnos por ser los mejores.

Para concluir en la encuesta en la pregunta número 13, todo el segmento del mercado encuestado no da una excelente calificación por el gran servicio y dan confianza para seguir con este objetivo.

## **Recomendaciones**

Luego de haber realizado todos los estudios de investigación, se logró demostrar que beneficios tienen para los consumidores, en base a todos los amplios catálogos de productos.

Basando en la investigación ¿Qué medidas se deben tomar para que toda la población pueda conocer?

Se puede seguir trabajando en maximizar los recursos que se dispone para dar a conocer en toda la población en base a la ciudad de Quito, es muy importante seguir trabajando por fortalecer los canales de comunicación que se maneja y poder buscar nuevos recursos que ayuden a poder seguir surgiendo.

Se puede deducir que es importante ser más cuidadosos con todos los procesos administrativos, y pensar que es muy importante conforme se va creciendo poder incrementar personal que ayude a responder de menor manera, con toda la producción.

Son factores muy importantes que se debe tomar en cuenta para poder seguir contribuyendo con el desarrollo de la empresa.

Y para concluir se puede recomendar optimizar todos los recursos que se utiliza e implementar equipos de buena calidad, pero revisando los costos para poder garantizar productos y servicios de mejor calidad con buenos costos.

## Referencias

Acanio, G. (02 de Mayo de 2017). *Finanzas y Fiscalidad*. Finanzas y Fiscalidad:

<https://www.cajasietecontunegocio.com/temas/finanzas-y-fiscalidad/item/segmentos-de-mercado-para-quien-creamos-valor>

Alcalde, J. C. (9 de Febrero de 2024). *Modelo Canvas: Qué es, usos y cómo hacer*

*uno*. Modelo Canvas: Qué es, usos y cómo hacer uno:

<https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>

Alonso, L. (12 de Septiembre de 2019). [https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-](https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/)

[del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/](https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/).

[https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-](https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/)

[variantes-evolucion/](https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/): [https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-](https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/)

[marketing-mix-historia-variantes-evolucion/](https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/)

Ayala, M. (20 de Junio de 2021). *Investigación-acción*. Investigación-acción:

<https://www.lifeder.com/investigacion-accion/>

Batancout, D. F. (18 de Octubre de 2016). *Lienzo de la propuesta de valor*.

Lienzo de la propuesta de valor: [https://www.ingenioempresa.com/lienzo-](https://www.ingenioempresa.com/lienzo-de-propuesta-de-valor/)

[de-propuesta-de-valor/](https://www.ingenioempresa.com/lienzo-de-propuesta-de-valor/)

Cherez, C. (2021). Los regalos personalizados: un modelo de negocio que triunfa

entre los consumidores. *CRONICA*,

[https://cronicaglobal.elespanol.com/vida/20210526/los-regalos-](https://cronicaglobal.elespanol.com/vida/20210526/los-regalos-personalizados-modelo-negocio-triunfa-consumidores/584191621_0.html)

[personalizados-modelo-negocio-triunfa-consumidores/584191621\\_0.html](https://cronicaglobal.elespanol.com/vida/20210526/los-regalos-personalizados-modelo-negocio-triunfa-consumidores/584191621_0.html).

Etecé, E. (05 de Agosto de 2021). *Concepto*. Concepto:

<https://concepto.de/empresa/>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2021). Diagnóstico Estratégico del Distrito. En D. e. |, *Diagnóstico estratégico del Distrito Metropolitano de Quito* / (pág. 23). Quito: Apendice 2.

Peñaloza, M. (2008). *Administración del capital de trabajo*. Cochabamba: Perspectivas.

Váquiros, J. D. (03 de Diciembre de 2019). *Pymes Futuro*. Pymes Futuro:  
<https://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>

Zambrano, C. (12 de Sep de 2019). *Modelo Canvas, qué es y cómo se aplica a tu negocio*. Modelo Canvas, qué es y cómo se aplica a tu negocio:  
<https://modelocanvas.net/>

Zendesk. (23 de Septiembre de 2023). *¿Qué es el modelo Canvas? 9 cuadrantes clave para tu negocio*. ¿Qué es el modelo Canvas? 9 cuadrantes clave para tu negocio: <https://www.zendesk.com.mx/blog/modelo-canvas-que-es/>

## Anexos

### ENCUESTA ESPECIAL PARA CLIENTES ON-LINE MILA BY CAMILA

1. Conoce usted las bondades de generar una sonrisa a un ser querido mediante un detalle personalizado.

- Si
- No
- Talvez

2. ¿Consideras importante regalar un detalle personalizado en fechas especiales?

- Si
- No
- Talvez

3. Si el emprendimiento implementaría un local físico de detalles personalizados con alta calidad de servicio ¿Compraría el producto?

- Si
- No
- Talvez

4. ¿Cuánto tiempo llevas siendo cliente de la marca?

- 1-3 meses
- 3-6 meses
- 6-12 meses

5. ¿Qué problema resuelve el (producto o servicio) en tu vida diaria?

- Fechas especiales
- Regalos inesperados
- Discusiones amorosas, y familiares

6. ¿Consideras que este producto o servicio satisface tus necesidades?

- Si
- No

7. ¿Este producto podría ser parte de los artículos de consumo que incluyes en tu vida?

- Si
- No

8. ¿Cuál ha sido el motivo por el que recomendarías este producto a otra persona?

- Único y original

- Creatividad
- Económico
- Regalo perfecto

9. ¿Consideras que los medios de comunicación de la marca son los adecuados?

- Si
- No

10. ¿Cuál es el medio que más usas para enterarte de las promociones?

- Facebook
- WhatsApp
- Instagram

11. ¿El proceso de compra on-line es rápido?

- Si
- No

12. ¿Del 1 al 5, si tuviéramos tienda física nos visitarías?

- 5-Extremadamente probable
- 4-Muy probable
- 3-Podría pensarlo
- 2- Poco probable
- 1- Nada probable

13. ¿Del 1 al 10, ¿qué nota le pondrías a todo el servicio?

Muy mala

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Excelente

**Activos**

- Vehículo
- Equipos de indumentaria:
- Máquinas de armado y desarmado
- Materiales de arte
- Equipos de computación
- Armarios
- Anaqueles
- Cocina
- Estanterías
- Gavetas, vitrinas, mostradores
- Equipos de globoflexia
- Máquinas de helio e infladores
- Equipos completos de montado de fiestas
- Sillas, mesas y mantelería.
- Impresoras de alta tecnología.
- Suministros de limpieza
- Suministros básicos de oficina



Identificación de reporte de similitud: oid:11830341398043

NOMBRE DEL TRABAJO

**MONOGRAFÍA- CAMILA CAMACHO.docx**

RECuento DE PALABRAS

**13082 Words**

RECuento DE CARACTERES

**69207 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**84 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**1.0MB**

FECHA DE ENTREGA

**Mar 20, 2024 9:25 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Mar 20, 2024 9:26 PM GMT-5****● 12% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 12% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

**● Excluir del Reporte de Similitud**

- Fuentes excluidas manualmente
- Bloques de texto excluidos manualmente