

PORTADA



1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	2
2. PROPOSICIÓN DE VALOR (20%)	3
3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO (10%)	4
4. SOCIEDADES CLAVE (5%)	5
5. FUENTES DE INGRESOS (15%)	6
6. CANALES (5%)	7
7. RELACIONES CON LOS CLIENTES (5%)	8
8. RECURSOS CLAVE (5%)	9
9. ACTIVIDADES CLAVE (5%)	10
10. ESTRUCTURA DE COSTES (15%)	11

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO*

El presente proyecto consiste en la creación de una empresa dedicada a la **reparación, mantenimiento y puesta a punto de ordenadores y teléfonos móviles**, dirigida principalmente a particulares, autónomos y pequeños negocios. La empresa surge con el objetivo de ofrecer soluciones rápidas y eficaces a los problemas tecnológicos más comunes que afectan a los dispositivos de uso diario.

La actividad principal del negocio se centra en la **reparación de hardware y software**, la limpieza y mantenimiento preventivo de equipos, así como la instalación y configuración de programas informáticos. El proyecto apuesta por un servicio cercano, transparente y a precios asequibles, facilitando al cliente una atención personalizada y adaptada a sus necesidades.

Además, la empresa busca diferenciarse por la **rapidez en la atención**, la claridad en la comunicación con el cliente y la posibilidad de ofrecer servicios tanto en un espacio físico como a domicilio o mediante recogida y entrega de dispositivos. De este modo, el proyecto pretende cubrir una necesidad real del mercado, aportando valor mediante un servicio técnico accesible, fiable y de confianza.

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de repuestos informáticos y móviles • Distribuidores de software y licencias • Servicios de mensajería y transporte • Clientes recomendadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de dispositivos • Reparación de ordenadores y móviles • Mantenimiento y limpieza • Instalación y configuración de software • Atención al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Reparación rápida y eficaz • Precios asequibles • Servicio a domicilio o recogida • Trato cercano y claro • Confianza y profesionalidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada • Comunicación directa (WhatsApp y teléfono) • Seguimiento post-servicio • Descuentos y fidelización 	<ul style="list-style-type: none"> • Particulares • Pequeños negocios • Autónomos • Comercios locales

Recursos clave	Canales	Estructura de costes	Fuentes de ingresos
<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de reparación • Repuestos y componentes • Conocimientos técnicos • Experiencia y reputación • Local o espacio de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención presencial • Servicio a domicilio • Recogida y entrega • Redes sociales • Página web 	<ul style="list-style-type: none"> • Alquiler y suministros • Compra de repuestos • Herramientas técnicas • Transporte • Licencias y gastos administrativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Reparación de ordenadores y móviles • Mantenimiento y limpieza • Instalación y configuración de software

2. PROPOSICIÓN DE VALOR

A. PROBLEMA

Muchas personas tienen problemas frecuentes con sus dispositivos electrónicos, como ordenadores que funcionan lentamente, fallos de software, virus o problemas en el funcionamiento del teléfono móvil. Además, la mayoría de los clientes no tiene conocimientos técnicos para solucionarlos y los servicios existentes suelen ser caros o tardan demasiado en realizar las reparaciones.



B. NOVEDAD

El proyecto ofrece un servicio de reparación rápido y de calidad, con la posibilidad de reparación a domicilio o recogida del dispositivo, lo que aporta comodidad al cliente. Además, se garantiza una atención clara y cercana, evitando el uso de tecnicismos.



C. FACTORES

Los factores que definen la propuesta de valor para el cliente son:

- **Precio asequible**, adaptado a particulares y pequeños negocios.
- **Rapidez en la reparación**, reduciendo el tiempo sin el dispositivo.
- **Trato cercano y de confianza**, generando seguridad en el cliente.
- **Explicaciones claras**, para que el cliente entienda el problema y la solución aplicada.



3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

A. CLIENTE

La empresa está dirigida a particulares y pequeños negocios que necesitan un servicio de reparación, mantenimiento y puesta a punto de ordenadores y teléfonos móviles. Son clientes que buscan un servicio rápido, cercano y a precios asequibles, con atención tanto presencial como a domicilio, y que valoran un trato profesional y de confianza.

B. SEGMENTO DE CLIENTES

Particulares

Personas que necesitan reparar o mantener sus ordenadores y teléfonos móviles para uso personal. Buscan un servicio económico, rápido y de confianza para resolver problemas cotidianos como fallos de software, hardware o mantenimiento general.

Pequeños negocios y autónomos

Comercios y profesionales que dependen de sus equipos informáticos y dispositivos móviles para su actividad diaria. Valoran especialmente la rapidez, la atención personalizada y el servicio a domicilio, ya que una avería puede afectar directamente a su trabajo.



4. SOCIEDADES CLAVE

A) AGENTES

Los principales agentes con los que colabora la empresa son los **proveedores de componentes y repuestos tecnológicos**, necesarios para la reparación de ordenadores y teléfonos móviles. También se cuenta con **proveedores de software y licencias**, que permiten la correcta instalación y configuración de programas informáticos.

Además, la empresa colabora con **servicios de mensajería y transporte** para facilitar la recogida y entrega de dispositivos, así como con una **gestoría o asesoría** encargada de los aspectos contables, fiscales y legales del negocio.

B) ROL

Los **proveedores** aseguran la disponibilidad de piezas y herramientas necesarias para ofrecer un servicio rápido y eficaz. Las **empresas de mensajería** permiten ampliar el alcance del servicio mediante atención a domicilio o recogida de equipos. La **gestoría** garantiza el cumplimiento de la normativa vigente y una correcta gestión administrativa, contribuyendo al buen funcionamiento y estabilidad de la empresa.



5. FUENTES DE INGRESOS

A. FUENTES DE INGRESOS

Las principales fuentes de ingresos del proyecto provienen de los servicios ofrecidos a los clientes, entre los que destacan:

- **Reparación de ordenadores** (hardware y software).
- **Reparación de teléfonos móviles** (pantallas, baterías, fallos técnicos).
- **Mantenimiento y limpieza de equipos informáticos.**
- **Instalación y configuración de programas y sistemas operativos.**

Estos ingresos se generan mediante el cobro directo al cliente por cada servicio realizado.



B. PONDERACIÓN DE LAS FUENTES DE INGRESOS

La participación aproximada de cada fuente de ingresos en el total del proyecto será la siguiente:

- Reparaciones de ordenadores y móviles: **60%**
- Servicios de mantenimiento y limpieza: **25%**
- Instalación y configuración de software: **15%**

Esta distribución se basa en la mayor demanda esperada de servicios de reparación frente a otros servicios complementarios.

C. INGRESOS PARA INVERSIONES INICIALES

Para afrontar la inversión inicial del proyecto (herramientas, repuestos básicos y acondicionamiento del espacio de trabajo), se utilizarán las siguientes vías:

- **Ahorros propios del emprendedor.**
- **Pequeño préstamo personal o familiar**, si fuera necesario.
- **Ingresos obtenidos en los primeros meses de actividad**, reinvertidos progresivamente en el negocio.

Estas vías permiten iniciar el proyecto de forma prudente y con un riesgo económico reducido.



6. CANALES

A) VÍAS DE COMUNICACIÓN

Las principales vías de comunicación con los clientes son:

- **WhatsApp y llamadas telefónicas**, para consultas rápidas y contacto directo.
- **Redes sociales**, para informar de servicios, horarios y ofertas.
- **Página web**, donde se explica qué servicios se ofrecen y cómo contactar.
- **Recomendaciones de clientes**, como forma de comunicación indirecta y confianza.



B. VÍAS DE DISTRIBUCIÓN

Las principales vías para distribuir la propuesta de valor al cliente son:

- **Atención presencial en el local**, donde se realizan diagnósticos y reparaciones.
- **Servicio a domicilio**, desplazándose al hogar o negocio del cliente.
- **Recogida y entrega de equipos**, mediante mensajería o entrega directa.



7. RELACIONES CON LOS CLIENTES

A. RELACIÓN CON EL CLIENTE

La empresa mantendrá a los clientes ligados mediante un trato cercano y personalizado, atención rápida y seguimiento post-servicio. Se fomentará la comunicación constante por teléfono, WhatsApp y redes sociales, y se ofrecerán descuentos, promociones y programas de fidelización para crear una relación duradera y de confianza.



B. INTEGRACIÓN del CLIENTE

Se integrará al cliente en el modelo de negocio mediante programas de fidelización y servicios recurrentes. Esto incluye bonos de mantenimiento para ordenadores y móviles, suscripciones de soporte técnico para pequeños negocios y descuentos para clientes habituales. De esta manera, el cliente se convierte en parte activa del servicio, accediendo de forma continua a reparaciones, mantenimiento y actualizaciones, y fortaleciendo su relación con la empresa.

Si quieres, puedo hacer una **versión más resumida y directa** para combinar con el apartado anterior.



8. RECURSOS CLAVE

A. RECURSOS TANGIBLES E INTANGIBLES

Los **recursos tangibles** son todos aquellos elementos físicos que la empresa necesita para poder realizar su actividad diaria. Entre ellos se encuentran el **local o taller de reparación**, donde se atiende a los clientes y se trabajan los dispositivos, las **herramientas específicas** para reparar ordenadores y teléfonos móviles (herramientas de precisión, equipos de diagnóstico, estaciones de soldadura), así como los **ordenadores de trabajo** y el stock básico de **repuestos y componentes**. También se incluyen los **medios de transporte** utilizados para ofrecer servicios a domicilio o la recogida y entrega de equipos.

B. RECURSOS INTANGIBLES

Los **recursos intangibles** son aquellos que no son físicos, pero resultan imprescindibles para el funcionamiento del negocio. En este grupo se encuentran los **conocimientos técnicos y la experiencia del personal**, el uso de **programas informáticos especializados** para la reparación, el mantenimiento y la gestión de clientes, así como los procedimientos internos que permiten ofrecer un servicio rápido y organizado.

Los recursos intangibles más importantes de la empresa son la **formación continua del equipo técnico**, que permite adaptarse a los constantes cambios tecnológicos, y la **confianza de los clientes**, basada en un trato cercano, honesto y transparente. También destaca la **imagen de marca**, construida a través de la calidad del servicio, la puntualidad y los precios asequibles, junto con una buena **organización interna**, que facilita una atención eficiente y profesional. Estos recursos ayudan a diferenciar a la empresa y a mantener su competitividad en el mercado.



9. ACTIVIDADES CLAVE

A. ACTIVIDADES CLAVE

Las actividades clave de la empresa se centran en el **diagnóstico y reparación de ordenadores y teléfonos móviles**, tanto a nivel de hardware como de software. También incluyen el **mantenimiento preventivo y la puesta a punto de los equipos**, la **instalación y configuración de programas**, y la **atención personalizada al cliente**. Asimismo, se realizan tareas de **recogida y entrega de dispositivos** y una gestión básica del servicio.

B. PRIORIZACIÓN

Las actividades se priorizan según su importancia para la propuesta de valor. En **alta prioridad** se encuentran el diagnóstico, la reparación y el mantenimiento de los dispositivos. En **prioridad media** se sitúan la atención al cliente y la instalación de software. En **prioridad baja**, aunque necesarias, se incluyen las tareas administrativas y de organización interna.

10. ESTRUCTURA DE COSTES

A. COSTES

Los costes del proyecto se dividen en **fijos y variables**, así como **directos e indirectos**. Entre los costes fijos se incluyen el **alquiler del local**, suministros básicos como electricidad e internet, seguros, licencias y gastos administrativos. Los costes variables están relacionados con la **compra de repuestos y componentes**, herramientas de uso frecuente y gastos de transporte para servicios a domicilio.

También se consideran costes indirectos como el **tiempo dedicado a la atención al cliente** y la gestión del negocio, así como costes de otra índole, como el **impacto ambiental derivado de residuos electrónicos**, que se minimiza mediante reciclaje responsable, y el **impacto social positivo**, al alargar la vida útil de los dispositivos.

B. COSTES DE INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial del proyecto incluye la **adecuación del local**, la **compra de herramientas técnicas especializadas**, equipos informáticos de trabajo, mobiliario básico y el **stock inicial de repuestos**. Asimismo, se contemplan los gastos de **licencias, permisos, imagen corporativa y puesta en marcha del negocio**. Esta inversión resulta necesaria para garantizar un servicio profesional y operativo desde el inicio.

