



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE  
GOBIERNOS SECCIONALES**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COMPUTADORAS Y  
SERVICIOS INFORMÁTICOS INTEGRALES, UBICADA EN LA CIUDAD  
DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**AUTOR: DARWIN RAÚL ROMERO PABÓN**

**DIRECTOR: MSC. LUIS VÁSQUEZ**

**IBARRA, ABRIL 2014**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de computadoras y servicios informáticos integrales ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, tiene como finalidad principal, ofrecer equipos y servicios de calidad a un precio accesible, para lo cual se ha realizado la respectiva investigación. Del diagnóstico situacional, se puede manifestar que el lugar donde la pequeña empresa empezará a desarrollar sus actividades comerciales, posee las condiciones óptimas y adecuadas para implantar el negocio. El marco teórico, expone los conceptos y opiniones que serán la base para la realización del proyecto. El estudio de mercado permitió demostrar la existencia de una demanda insatisfecha significativa. En el desarrollo del estudio técnico, se estableció la localización de la pequeña empresa, el cual determinó que el lugar cuenta con los requisitos necesarios para la ejecución del proyecto. Con el estudio financiero se analizó que la inversión para la ejecución del proyecto es recuperable en corto tiempo generando rentabilidad, demostrando así la viabilidad y sustentabilidad del mismo. En el estudio organizacional de la pequeña empresa, se estableció claramente los lineamientos, procedimientos y los alcances concretos de las tareas que se debe realizar dentro de la organización, para conseguir el éxito. Finalmente se evaluaron los impactos que genera la implementación del proyecto, obteniendo resultados positivos, ya que sus efectos beneficiaran al entorno en diferentes ámbitos.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

The present feasibility study for the creation of a small marketer of computers and computer services located in the city of Ibarra, Imbabura province, has as main purpose, offer equipment and quality services at an affordable price, for which the respective research was conducted. The Situational diagnosis, can manifest that the place where small businesses will begin to develop their commercial activities, has adequate and optimal conditions for implementing the business. The theoretical framework, exposed concepts and opinions that will be the basis for the realization of the project. The market study allowed to demonstrate the existence of a significant unmet demand. In the development of the technical study, was established the location of the small company, which determined that the place has the necessary requirements for the implementation of the project. With the financial study was analyzed that investment for the project is recoverable in a short time generating profit, demonstrating the roads and sustainability of the same. The organizational study of small business, clearly established guidelines, procedures and the specific scope of tasks to be performed within the Organization to achieve success. Finally we evaluated the impacts generated by the implementation of the project, obtaining positive results, since its effects will benefit the environment in different areas.

## AUTORÍA

Yo, **Darwin Raúl Romero Pabón**, portador de la cédula de ciudadanía No. **1002854998**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información



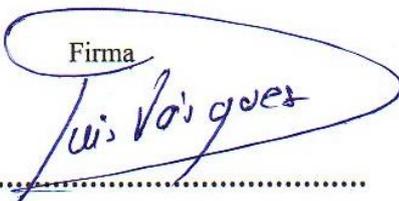
**Darwin Raúl Romero Pabón**  
**1002854998**

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado, **Darwin Raúl Romero Pabón** con cédula de identidad No. **1002854998** para optar por el Título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COMPUTADORAS Y SERVICIOS INFORMÁTICOS INTEGRALES, UBICADA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 08 días del mes de Abril del 2014.

Firma



Luis Vásquez

.....  
Msc. Luis Vásquez  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **Darwin Raúl Romero Pabón**, con cédula de identidad No. **1002854998**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COMPUTADORAS Y SERVICIOS INFORMÁTICOS INTEGRALES, UBICADA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Darwin Romero Pabón

**1002854998**

Ibarra a los 08 días del mes de Abril del 2014



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1002854998		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Romero Pabón Darwin Raúl		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Calle Zumba y Zamora		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:darwinrp@hotmail.com">darwinrp@hotmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0997247062
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COMPUTADORAS Y SERVICIOS INFORMÁTICOS INTEGRALES, UBICADA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”		
<b>AUTOR :</b>	Romero Pabón Darwin Raúl		
<b>FECHA:</b>	2014-04-08		
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>		
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES		
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Msc. Luis Vásquez		

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Darwin Raúl Romero Pabón**, con cédula de identidad No. **1002854998**, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 08 días del mes de abril de 2014

**EL AUTOR:**



Darwin Raúl Romero Pabón

C.C.: 1002854998

Facultado por resolución de Consejo Universitario

**ACEPTACIÓN:**



Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico a Dios, por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

Con amor a mi madre por ser el pilar importante en mi vida demostrándome siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mi novia Cindy por estar a mi lado y juntos lograr la meta propuesta.

*Darwin Romero*

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica del Norte por haberme abierto sus puertas y darme la oportunidad de formarme como profesional.

A mis profesores por compartir sus experiencias que conjuntamente con su sabiduría y empeño, me dieron las herramientas necesarias para combatir en la vida profesional.

A toda mi familia que hizo todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

*Darwin Romero*

## **PRESENTACIÓN**

El presente proyecto analiza la factibilidad para instalar una PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COMPUTADORAS Y SERVICIOS INFORMÁTICOS INTEGRALES, con la finalidad de ofrecer equipos y servicios de calidad a un precio accesible hacia sus consumidores de la ciudad de Ibarra.

Este trabajo está constituido por siete capítulos, en los cuales se realizó un análisis técnico en el estudio de mercado basado en el comportamiento de la oferta y la demanda, y financiero en base a estructuras sustentables de liquidez y rentabilidad.

El primer capítulo denominado Diagnóstico Situacional, analiza los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que puede beneficiar o perjudicar a la microempresa, así como también se realiza un análisis de la microempresa y su entorno.

El segundo capítulo, Marco Teórico, utiliza de definiciones básicas del tema del proyecto tomado de fuentes secundarias, como son libros, investigaciones por internet; entre otras, las mismas que sustentan la investigación de este trabajo.

El tercer capítulo Estudio de Mercado, analiza la determinación de la demanda insatisfecha, así como el análisis de precios de mercado, hasta finalizar con un estudio de las estrategias de comercialización e inducción al mercado.

El cuarto capítulo Estudio Técnico, examina técnicamente la instalación de la pequeña empresa, que implica la determinación de la localización óptima, el diseño y adecuación de sus instalaciones y la necesidad y cantidad de equipos y muebles de oficina a utilizar.

El quinto capítulo llamado Estudio Financiero, constituye la evaluación económica financiera del proyecto, con la finalidad de determinar la necesidad de

activos, talento humano y la rentabilidad de la inversión que generará a lo largo de su ciclo comercial.

El sexto capítulo nombrado Estudio Organizacional de la Pequeña Empresa, establece los lineamientos de la constitución legal de la microempresa, su base filosófica, la estructura organizacional y funcional así como el diseño de su logotipo y slogan.

El séptimo capítulo denominado Impactos, determina el análisis de los impactos que se presenta en la ejecución de este trabajo investigativo los cuales son: Impacto Social, Económico, Comercial, Educativo y Cultural e Impacto General.

Se finaliza con la formulación de las respectivas conclusiones generadas por este trabajo y las pertinentes recomendaciones.

## ÍNDICE GENERAL

Portada	I
Resumen Ejecutivo	Ii
The Summarize Executive	Iii
Autoría	Iv
Certificación	V
Cesión de derechos	Vi
Autorización de uso y publicación	Vii
Dedicatoria	Ix
Agradecimiento	X
Presentación	Xi
Índice General	Xiii
Índice de Cuadros	Xxi
Índice de Gráficos	Xxv
Índice de Ilustración	Xxvi
Introducción	Xxvii
Justificación	Xxviii
Objetivos de la Investigación	Xxix

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	31
Objetivos del Diagnóstico	31
General	31
Específicos	31
Variables Diagnósticas	32
Variables	32
Indicadores	32
Matriz de Relación Diagnóstica	33
Fuentes de Información	34
Análisis de las variables diagnósticas	34

Aspectos históricos	34
Aspectos Geográficos	36
Aspectos Socio-Demográficos	38
Situación Económica	45
Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos	49
Aliados	49
Oponentes	50
Oportunidades	50
Riesgos	50
Análisis del AOR	51
Aliados-Oportunidades	51
Aliados-Riesgos	51
Oponentes-Oportunidades	51
Oponentes-Riesgos	52
Determinación de la Oportunidad de Inversión	52

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Pequeña empresa	53
Objetivos de la pequeña empresa	53
Características de la pequeña empresa	54
Estructura formal de la pequeña empresa	55
Aspectos legales para la creación de la pequeña empresa	56
El computador	56
Objetivos principales del computador	57
La tecnología en la educación	58
Ventajas de la tecnología en la educación	58
Desventajas en la educación	59
El servicio	60
Características del servicio	60

Pasos básicos para un buen servicio	61
Servicios informáticos integrales	62
Ventajas del servicio informáticos	62
La informática	63
Importancia de la informática	63
La informática y sus aplicaciones	64
Soporte técnico	65
Ventajas del soporte técnico	65
Claves para un buen soporte técnico	66
Aspectos del mercado	67
Estudio de mercado	67
Mercado meta	67
Demanda	67
Oferta	68
El producto	68
El precio	68
Comercialización	69
Aspectos Técnicos Administrativos	69
Macro localización del Proyecto	69
Micro localización del Proyecto	70
Tamaño Óptimo de la Planta	70
Presupuestos técnicos	70
Ingeniería del proyecto	71
Estructura orgánica	71
La Administración	71
Objetivos de la Administración	72
Fases del proceso Administrativo	72
Planificación estratégica	73
Misión	74
Visión	74
Estudio financiero	74
Ingresos	74

Egresos	75
Estado de situación inicial	75
Balance Resultados	75
Estado de Flujo de Efectivo o de Fondos	76
Evaluadores financieros	76
Valor Actual Neto	76
Tasa Interna de Retorno	77
Periodo de recuperación	77
Beneficio costo	77
Punto de equilibrio	78

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Presentación	79
Objetivos del Estudio de Mercado	79
Objetivo General	79
Objetivos Específicos	79
Variables	80
Indicadores	80
Demanda	80
Oferta	81
Precios	81
Estrategias comerciales	81
Matriz de relación diagnóstica	82
Mecánica Operativa del Diagnostico	84
Población a Investigar	84
Cálculo de la muestra	84
Instrumentos de recolección de la información	85
Información Primaria	85

Información secundaria	85
Tabulación y análisis de la Información	85
Identificación de Producto y Servicio	115
Segmentación de mercado	119
Mercado meta	119
Análisis de la Demanda	119
Identificación de la Demanda Actual	120
Proyección de la Demanda	120
Análisis de la Oferta	122
Identificación de la Oferta Actual	122
Proyección de la Oferta	123
Demanda Insatisfecha	124
Demanda a Captar por el Proyecto	125
Análisis de Precios	125
Determinación de precios	125
Proyección de precios	126
Análisis de Competidores	127
Estrategias de Comercialización	128
Producto	128
Precio	129
Plaza	129
Promoción y Publicidad	129
Conclusiones del Estudio de Mercado	134

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

Presentación	135
Localización Óptima del Proyecto	136
Macro localización	136
Micro localización	137
Factores que Determinan la Micro localización del Proyecto	137

Tamaño del Proyecto	138
Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto	139
Distribución del área Física de la Microempresa	141
Diseño de la Planta	142
Diagrama de Flujo	143
Diagrama de Flujo del Proceso de Comercialización	144
Diagrama de Flujo del Proceso de Servicios Informáticos	145
Presupuesto de Inversiones	146
Inversiones Fijas	146
Muebles y Enseres	146
Herramientas	146
Equipo de computación	147
Equipo de Oficina	147
Capital de Trabajo o inversión variable	148
Inversión Total	149
Financiamiento del Proyecto	149
Requerimiento de Talento Humano	150

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Presentación	151
Ingresos	151
Proyección de ingresos	152
Egresos	154
Costos operativos	154
Costo del inventario	155
Sueldos operativos	157
Resumen de costos de producción	158
Gastos administrativos	158
Sueldos administrativos	158
Arriendo	159

Servicios básicos	159
Servicios de comunicación	160
Útiles de oficina	160
Mantenimiento computación	160
Resumen gastos administrativos	161
Gastos de ventas	161
Publicidad	162
Financiamiento	162
Gastos financieros	164
Depreciaciones	165
Gasto de estudios y constitución	165
Resumen de egresos	166
Estados financieros	166
Estado de situación financiera	166
Estado de resultados	167
Estado de flujo de caja	167
Evaluación financiera	168
Determinación de costo capital y tasa de rendimientos medio	168
Análisis del valor actual neto	169
Análisis de la tasa interna de retorno	170
Análisis del periodo de recuperación de la inversión	170
Análisis del costo beneficio	171
Punto de equilibrio	172
Resumen de la evaluación financiera	172

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

Aspectos Estratégicos	173
Nombre de la Pequeña Empresa	173
Logotipo	174
Misión	174

Visión	174
Objetivos	175
Políticas	175
Principios y Valores	176
Principios	176
Valores	177
Aspectos Organizacionales	178
Estructura Organizativa	178
Identificación de Puestos y Funciones	179
Aspecto Legal de Funcionamiento	191
Constitución Legal	191
Mínuta de Constitución de la Pequeña Empresa	191
Permisos de Funcionamiento	193
Obtención del RUC	193
Inscripción en el Registro Mercantil	193
Permiso del Cuerpo de Bomberos	193
Obtención de la Patente Municipal	194

## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS**

Impacto Social	196
Impacto Económico	197
Impacto Comercial	198
Impacto Educativo – Cultural	199
Impacto Ambiental	200
Impacto General	201
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>203</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>204</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>205</b>
<b>LINCOGRAFÍA</b>	<b>208</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>209</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO No.</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PÁG.</b>
1	Matriz de relación diagnóstica	33
2	Características de la provincia de Imbabura	36
3	Características del cantón Ibarra	37
4	Población según grandes grupos de edad	39
5	Tipo de unidades medicas	40
6	Educación	41
7	Tenencia o propiedad de la vivienda	42
8	Procedencia principal del agua percibida	43
9	Principal combustible o energía para cocinar	43
10	Eliminación de basura	43
11	Procedencia de la luz eléctrica	44
12	Disponibilidad del teléfono convencional	44
13	Situación de viviendas y servicios básicos	44
14	Cultivos	46
15	Ingresos según el sector económico	47
16	Pea del cantón Ibarra	48
17	Indicadores socio-económicos de la ciudad de Ibarra	49
18	Matriz de relación de Estudio de Mercado	82
19	Nivel de ingresos	86
20	Tenencia de equipo	87
21	Número de computadoras	88
22	Lugar de compra	89
23	Disponibilidad para adquirir o renovar	90
24	Cantidad para invertir	91
25	Preferencia del producto	92
26	Tiempo de adquisición	93

27	Aspectos de compra	94
28	Forma de pago	95
29	Frecuencia de compra	96
30	Tipo de accesorios	97
31	Servicios adicionales	98
32	Importancia del servicio	99
33	Precios	100
34	Satisfacción de necesidades	101
35	Medios de comunicación	102
36	Aceptación de la pequeña empresa	103
37	Segmentación del mercado	119
38	Demanda actual en no. De computadoras	120
39	Proyección de la demanda de computadoras	122
40	Oferta actual en número de computadoras	122
41	Proyección de la oferta de computadoras	124
42	Demanda insatisfecha en no. De computadoras	124
43	Demanda a captar por el proyecto	125
44	Determinación del precio de las computadoras	126
45	Determinación del precio de los repuestos y accesorios	126
46	Proyección del precio de las computadoras	127
47	Proyección del precio de los repuestos y accesorios	127
48	Distribución de instalaciones	141
49	Simbología utilizada	143
50	Muebles y enseres	146
51	Herramientas	147
52	Equipo de computación	147
53	Equipo de oficina	147
54	Resumen de activos fijos	148

55	Capital de trabajo	148
56	Inversión total	149
57	Financiamiento del proyecto	149
58	Requerimiento del talento humano	150
59	Nivel de preferencia	151
60	Proyección de ingresos de computadoras	152
61	Proyección de ingresos de accesorios	153
62	Proyección de ingresos por servicios	154
63	Proyección de ingresos consolidados	154
64	Costo del inventario de computadoras	155
65	Costo del inventario de accesorios	156
66	Costo de inventario consolidado	157
67	Proyección del salario básico unificado	157
68	Proyección del costo de sueldos operativos	157
69	Resumen de costos de producción	158
70	Sueldos administrativos	158
71	Proyección de sueldos administrativos	159
72	Arriendo	159
73	Servicios básicos	159
74	Servicios de comunicación	160
75	Útiles de oficina	160
76	Mantenimiento de computación	161
77	Resumen gastos administrativos	161
78	Sueldos en ventas	161
79	Proyección del sueldo en ventas	162
80	Publicidad	162
81	Resumen en gastos de ventas	162
82	Tabla de amortización	163
83	Gastos financieros	165
84	Depreciaciones	165
85	Gastos de estudios y constitución	165
86	Resumen de egresos	166

87	Estados de situación financiera	166
88	Estado de resultados	167
89	Flujo de caja	168
90	Costo de oportunidad	168
91	Análisis del valor actual neto	169
92	Análisis de la tasa interna de retorno	170
93	Tiempo de recuperación	171
94	Análisis del costo beneficio	171
95	Resumen de la evaluación financiera	172
96	Matriz de valoración de impactos	195
97	Impacto social	196
98	Impacto económico	197
99	Impacto comercial	198
100	Impacto educativo-cultural	199
101	Impacto ambiental	200
102	Impacto general	201

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO No.</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PÁG.</b>
1	Población cantón Ibarra según sexo	38
2	Población cantón Ibarra según área	39
3	geográfica	39
4	Población de la provincia de Imbabura Viviendas del cantón Ibarra	42
5	Uso principal del suelo	45
6	Participación en la producción de Imbabura	46
7	Nivel de ingresos	86
8	Tenencia de equipo	87
9	Numero de computadoras	88
10	Costumbre del lugar de compra	89
11	Disponibilidad para adquirir o renovar	90
12	Cantidad para invertir	91
13	Preferencia del producto	92
14	Tiempo de adquisición	93
15	Aspectos de compra	94
16	Forma de pago	95
17	Frecuencia de compra	96
18	Tipo de accesorios	97
19	Servicios adicionales	98
20	Importancia del servicio	99
21	Precios	100
22	Satisfacción de necesidades	101
23	Medios de comunicación	102
24	Aceptación de la pequeña empresa	103

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>ILUSTRACIÓN No.</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PÁG.</b>
1	Productos y servicios	116
2	Marcas en tecnología	118
3	Diseño de página web	130
4	Tarjeta de presentación	131
5	Hojas volantes	131
6	Cartel publicitario vertical	132
7	Publicidad en prensa	133
8	Publicidad radial	133
9	Mapa de la provincia de Imbabura	136
10	Croquis de micro localización	138
11	Diseño de instalaciones	142
12	Diseño frontal	143
13	Logotipo	174

## INTRODUCCIÓN

Ibarra es una ciudad ubicada en la zona norte del Ecuador a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán, con una altitud de 2192 metros sobre el nivel del mar. Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 139.721 habitantes, cuyas actividades económicas son la producción, transporte, turismo, comercialización de bienes y servicios, productos agrícolas, lácteos, artesanales, y de confección siendo la comercialización de varios productos la más predominante.

Actualmente en la ciudad de Ibarra la actividad principal es el comercio de bienes y servicios entre los cuales están los informáticos. Las empresas dedicadas a estos servicios poseen muchas falencias a la hora de ofertar sus productos y servicios, razón por la cual se propone la creación de una pequeña empresa que comercialice computadoras brindando un valor agregado al producto como es el soporte técnico y mantenimiento, generando un círculo estratégico en el negocio.

Con el avance de la ciencia y la tecnología, la informática crece a pasos agigantados, y hoy en día existen muchas aplicaciones computacionales que ayudan a mejorar el desenvolvimiento social y económico, es por tal razón que el mercado exige cada vez mejor calidad en los productos.

A través de un adecuado plan de estrategias se busca ingresar en un mercado tan competitivo, donde solo lideran quienes generan ideas innovadoras. El proyecto pretende impulsar un adecuado plan de negocios en la gestión de la nueva pequeña empresa.

La factibilidad radica en la necesidad que existe de parte de los demandantes de productos y servicios informáticos de calidad, ya que actualmente la oferta de estos productos simplemente comercializan sin el debido asesoramiento técnico de

ventas en tecnología, como también descuidando un aspecto muy importante como es el seguimiento post venta.

El interés de impulsar este emprendimiento nace de la experiencia propia, ya que durante varios años se ha trabajado en el sector informático y se ha podido identificar la oportunidad de inversión en el sector.

## **JUSTIFICACIÓN**

El desarrollo de la tecnología en equipos informáticos en los últimos años ha revolucionado el mercado tanto internacional como local, convirtiéndose en un instrumento básico en todas las áreas de desarrollo de la humanidad; por esta razón es común su utilización en oficinas, centros de educación, capacitación y el hogar, convirtiéndolo en un negocio rentable debido a la necesidad de actualizar y reemplazar equipos que tienen un tiempo de vida cada vez más corto. Específicamente en la provincia de Imbabura existen empresas que venden equipos informáticos y muy pocas prestan servicios complementarios como el de mantenimiento, actualización y reparación de computadoras razón por la cual los demandantes de este servicio acuden a una empresa por la compra de estos equipos y a otra para el servicio de actualización o reparación de los mismos debido a la necesidad presente en la ciudad de Ibarra se ha planteado un proyecto de factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de computadoras y servicios informáticos integrales.

Ante la necesidad mencionada surge el interés de gestionar la presente propuesta, que pretende resolver un problema común en los usuarios de este servicio, tales como tiempo y dinero en la compra de tecnología, brindando un servicio personalizado, eficaz y eficiente.

Como beneficiarios del proyecto se encuentran los usuarios de los servicios por la compra de equipos informáticos, como también el autor del proyecto, ya que será

el ejecutor y quien administre las utilidades que genere el mismo; indirectamente se beneficiaran los trabajadores, que prestaran los servicios en la empresa.

Por otra parte cabe resaltar que el proyecto es factible realizarlo debido a que se cuenta con la experiencia, recursos económicos, el conocimiento administrativo técnico en la reparación y venta de equipos informáticos por parte del creador del proyecto, siendo estas las bases de los recursos necesarios y complementarios para poner en marcha un proyecto de esta índole.

El proyecto se enmarca dentro de la filosofía del emprendimiento, aspecto que es estimulado y respaldado como política de estado y de la universidad, porque permite al autor desarrollar iniciativas y creatividad para la comercialización de productos y servicios de computación.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de computadoras y servicios informáticos integrales, ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar por medio de la matriz diagnóstica las variables e indicadores del entorno donde se implantará el proyecto para establecer aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, para posteriormente determinar la oportunidad de negocio.
- Establecer las bases teóricas y científicas para sustentar teóricamente el proyecto, a través de la investigación bibliográfica y documental.

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda existente en la venta de computadoras y la prestación de servicios informáticos en el mediante una investigación de campo.
- Realizar un estudio técnico para determinar la ubicación estratégica del proyecto y su proceso de comercialización basado en la eficiencia.
- Efectuar un estudio financiero, para determinar el monto óptimo de inversión y la rentabilidad del proyecto.
- Establecer la organización de la pequeña empresa en el aspecto administrativo y legal para su funcionamiento.
- Analizar los posibles impactos que genere el proyecto, impacto socioeconómico, comercial, educativo – cultural, para diseñar planes de contingencias que mitiguen las consecuencias de los mismos.

## **METODOLOGÍA**

El presente trabajo de investigación es descriptivo, debido a que se busca caracterizar las variables que influirán en el desarrollo del proyecto en el sector. Esto se alcanzó a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, entrevistas, observación directa, a posibles demandantes y competidores. Además, se utilizó fuentes secundarias de información, tales como libros actuales, tesis y otro tipo de estudios, que buscan sustentar el estudio.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes**

El presente estudio situacional se efectuó con la finalidad de conocer la situación actual del área donde se llevará a cabo el proyecto, en los aspectos históricos, geográficos, socio-demográficos y socioeconómico en la ciudad de Ibarra. Por tal razón se plantearon objetivos diagnósticos, variables e indicadores, reflejados en la matriz de relación. Las fuentes de información utilizadas permitieron conocer información de gran importancia para el desarrollo del trabajo. Una vez recolectada la información se establecieron los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto en su gestión, para así poder identificar la oportunidad de inversión en el sector.

#### **1.2. Objetivos del diagnóstico**

##### **1.2.1. General**

Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra, caracterizando los aspectos históricos, geográficos, socio-demográficos, y actividades económicas, con la finalidad de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá en la ejecución la empresa de comercialización de computadoras.

##### **1.2.2. Específicos**

- Conocer los aspectos históricos.
- Determinar los aspectos geográficos donde se implementará el proyecto.
- Identificar los aspectos socio-demográficos del área de estudio.
- Conocer la situación económica del sector de investigación.

### **1.3. Variables diagnósticas**

#### **1.3.1. Variables**

- Aspectos históricos
- Aspectos geográficos
- Aspectos socio-demográficos
- Situación económica

#### **1.4. Indicadores**

- Datos históricos
- Información geográfica
- Datos socio-demográficos
- Actividades económicas

### 1.5. Matriz de relación diagnóstica

**CUADRO No.1  
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>ASPECTO O INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>INFORMANTE</b>
Conocer los aspectos históricos.	Aspectos históricos	Datos históricos	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón de Ibarra Internet
Determinar los aspectos geográficos donde se implementará el proyecto.	Aspectos geográficos	Información geográfica	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón de Ibarra Internet
Identificar los aspectos socio-demográficos del área de estudio.	Aspecto Socio-demográfico	Datos socio-demográficos	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón de Ibarra INEC
Conocer la situación económica del sector de investigación.	Situación económica	Actividades económicas	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón de Ibarra INEC

Elaborado por: El autor

## **1.6. Fuentes de información**

Para ejecutar el presente diagnóstico situacional, se obtuvo información estadística del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura y del Gobierno Autónomo Descentralizado San Miguel de Ibarra proporcionado por el Gobierno provincial de Imbabura y el Ilustre Municipio de Ibarra e internet.

## **1.7. Análisis de las variables diagnósticas**

### **1.7.1. Aspectos históricos**

#### **1.7.1.1. Provincia de Imbabura**

El Congreso Grancolombiano reunido en Bogotá creó el 25 de junio de 1824 la provincia de Imbabura con su capital Ibarra, y los cantones Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Cayambe. Separados de la Gran Colombia, el nuevo Estado mantuvo la misma división territorial; Imbabura se extendía desde Rumichaca al norte, al río Guayllabamba al sur. El 11 de abril de 1850, se creó el cantón Tulcán. En 1855, Cayambe pasó a formar parte de la provincia de Pichincha con las parroquias, Tabacundo, Cangahua, Tocachi y Malchinguí. En 1861 se estableció, de manera definitiva, el cantón Cotacachi. En 1880 se creó la provincia de Veintimilla, hoy provincia del Carchi, con lo que todo ese territorio se separó de Imbabura. La provincia ha vivido un permanente desarrollo social, económico, educativo y hoy se mantiene como una de las provincias más importantes del Ecuador.

#### **1.7.1.2. Cantón Ibarra**

En una amplia y verde planicie a los pies del Volcán Imbabura, se encuentra Ibarra, ciudad de tradición española que goza de un clima privilegiado y en la que conviven variedad de culturas y razas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura. Fue fundada el 28 de Septiembre de 1606 en el Valle de Carangue en los terrenos donados por doña Juana Atabalipa, nieta de Atahualpa, el último de los Incas y Señor del Tahuantinsuyo, por el Capitán Cristóbal de

Troya por mandato de Don Miguel de Ibarra, Presidente entonces, de la Real Audiencia de Quito; cabe señalar que estos territorios fueron habitados por los carangues, pueblo indómito que opuso una tenaz resistencia a la conquista incásica y española. La junta soberana de Quito, el 11 de noviembre de 1811 concedió título de Ciudad a la Villa de San Miguel de Ibarra.

Los motivos para la construcción de la ciudad fue que se necesitaba una ciudad de paso en el camino Quito-Pasto y la construcción de una ciudad con acceso rápido al mar.

El 17 de Julio de 1823, se dio la Batalla de Ibarra, a orillas del río Tahuando dirigida personalmente por el Libertador Simón Bolívar, derrotando a las huestes del caudillo ambicioso Agustín Agualongo. Fue erigida a Capital de la Provincia por el Libertador Simón Bolívar, el 25 de Junio de 1824. El decreto que declara Ciudad a la Villa de San Miguel de Ibarra fue entregado por el Libertador Presidente de la República de Colombia Simón Bolívar, firmado, sellado y refrendado en el Cuartel General de Ibarra a dos de Noviembre de mil ochocientos veintinueve.

Ibarra fue destruida prácticamente por un terremoto el 16 de Agosto de 1868 en el que fallecieron más de 20.000 personas y su refundación se realizó el 28 de Abril de 1872, desde entonces Ibarra celebra la "FIESTA DEL RETORNO" el día 28 de abril de cada año y se exalta la figura de Gabriel García Moreno como gestor de la reconstrucción de la ciudad.

Ibarra, conocida como la ciudad Blanca, aún conserva su sabor de antaño, cada rincón guarda recuerdos del pasado que se proyectan al presente y armoniosamente se combina lo colonial con lo moderno.

Quien llega a Ibarra disfrutará de un ambiente plácido y ensoñador. Podrá recrear la mente y la vista en sus parques, plazas, iglesias, museos, lugares tradicionales, lagunas y cerros. La riqueza cultural, expresada a través de las diferentes manifestaciones de sus habitantes, la hace inconfundible, dentro de una provincia rica en identidad.

## 1.7.2. Aspectos geográficos

### 1.7.2.1. Provincia de Imbabura

El territorio provincial se localiza en parte de las estribaciones externas de la cordillera Occidental de los Andes, en la Sierra norte del callejón Interandino y toma su nombre con referencia al volcán que se encuentra en medio de la jurisdicción territorial y en base del cual se desarrolló toda una concepción histórico-cultural que persiste hasta nuestros días. La provincia está ubicada en el norte del país aproximadamente a unos 60 kilómetros de Quito, capital de la República.

**CUADRO No. 2**  
**CARACTERÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**

<b>PAÍS</b>	Ecuador
<b>PROVINCIA</b>	Imbabura
<b>UBICACIÓN</b>	Norte del país
<b>SUPERFICIE</b>	4.608,68 Km <sup>2</sup>
<b>POBLACIÓN</b>	398.244 habitantes (censo 2010)
<b>ORG. TERRITORIAL</b>	6 cantones, 6 parroquias urbanas y 36 parroquias rurales
<b>CANTONES</b>	Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí.
<b>IDIOMAS</b>	Español - Kichua
<b>ETNIAS</b>	Indígenas, Afro ecuatorianos, mestizos y blancos.
<b>COORDENADAS</b>	Latitud 00° 07' y 00° 52' Norte Longitud 77° 48' y 79° 12' Oeste Altitud 200 – 4.939 m.s.n.m
<b>LÍMITES</b>	Norte: El Carchi Sur: Pichincha Este: Sucumbíos Oeste: Esmeraldas

**FUENTE:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Imbabura

**ELABORADO POR:** El Autor

### 1.7.2.2. Cantón Ibarra

La localización geográfica del territorio cantonal es estratégica a nivel provincial debido a la corta distancia entre Ibarra y los cantones de la provincia de Imbabura, a su vez la cercanía a la frontera de Colombia, el acceso a los puertos marítimos de Esmeraldas y San Lorenzo en la provincia de Esmeraldas, la conexión con la provincia de Sucumbíos y el centro sur del Ecuador desde la provincia de Pichincha; permiten tener una ubicación privilegiada que ha desarrollado una relación próxima de intercambio comercial, poblacional y de servicios con los territorios aledaños al cantón.

**CUADRO No. 3**  
**CARACTERÍSTICAS DEL CANTÓN IBARRA**

<b>PAÍS</b>	Ecuador
<b>PROVINCIA</b>	Imbabura
<b>UBICACIÓN</b>	Noreste de Quito, capital de Ecuador
<b>SUPERFICIE</b>	1.092,95 Km <sup>2</sup>
<b>POBLACIÓN</b>	181.175 habitantes (censo 2010)
<b>EXT. TERRITORIAL</b>	5 parroquias urbanas y 7 parroquias rurales
<b>PARROQUIAS URBANAS</b>	Alpachaca, Caranqui, El Sagrario, San Francisco y El Priorato
<b>PARROQUIAS RURALES</b>	Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio
<b>LÍMITES</b>	Norte: El Carchi Sur: Pichincha Este: Pimampiro Oeste: Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo

**FUENTE:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra

**ELABORADO POR:** El Autor

Una peculiaridad del Cantón Ibarra es la variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina.

Los anuarios meteorológicos históricos (41 años) determinan una temperatura media de 15.90° C, con una variación mínima menor a 0.3°C. Los registros promedian una temperatura máxima media entre los 20 y 25° C y una mínima

media entre los 7 y 11° C. Los vientos promedios son del orden de 7m/s como máximo y de 3.5 m/s, como mínimos. Por la variación de la precipitación a diferentes alturas se presentan épocas de sequía entre los meses de junio y septiembre, con dos épocas de sequía adicionales en los meses de abril y noviembre.

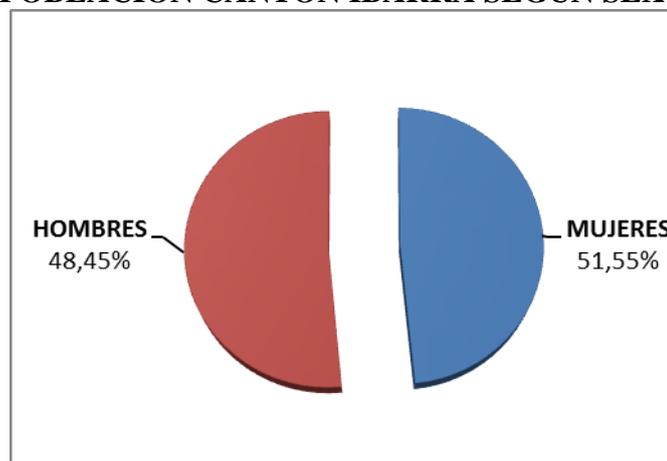
El Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra es el que planifica, regula, ejecuta, promueve el desarrollo integral y entrega servicios a la comunidad, además de cumplir con todas las competencias que señala la Constitución, bajo un modelo de gestión pública moderna, eficiente, efectiva y económica.

### 1.7.3. Aspectos socio-demográficos

#### 1.7.3.1. Densidad poblacional

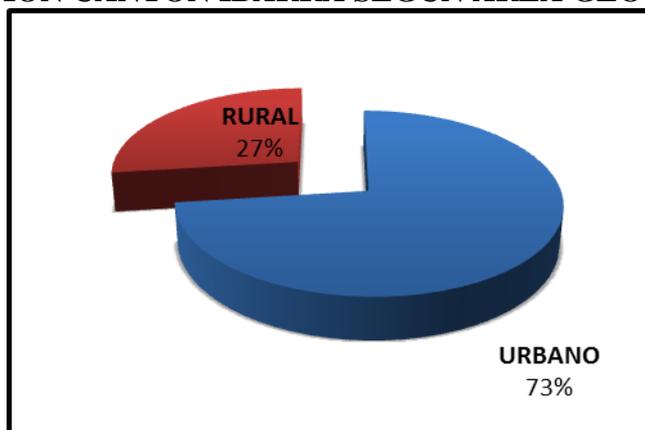
Con base en el último Censo de Población y Vivienda llevado a cabo en el año 2010, la población del cantón Ibarra asciende a 181.175 habitantes, de los cuales 87.786 pertenecen al género masculino (48,45%) y 93.389 al género femenino (51,55%). Asimismo, se establece que el 73% habita en el sector urbano y el 27% en el sector rural.

**GRÁFICO No. 1**  
**POBLACIÓN CANTÓN IBARRA SEGÚN SEXO**



**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda del 2010  
**ELABORADO POR:** El autor

**GRÁFICO No. 2**  
**POBLACIÓN CANTÓN IBARRA SEGÚN ÁREA GEOGRÁFICA**



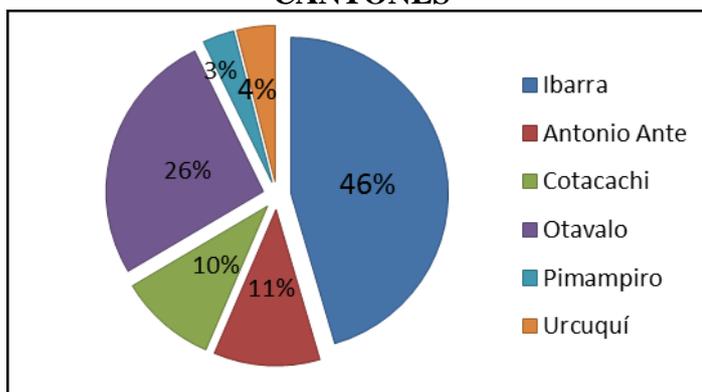
**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda del 2010  
**ELABORADO POR:** El autor

**CUADRO No. 4**  
**POBLACIÓN SEGÚN GRANDES GRUPOS DE EDAD**

De 0 a 14 años	De 15 a 64 años	De 65 años y más
53.747	113.305	14.123

**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda del 2010  
**ELABORADO POR:** El autor

**GRÁFICO No. 3**  
**POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE IMBABURA DISTRIBUIDA POR CANTONES**



**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda del 2010  
**ELABORADO POR:** El autor

En el cantón Ibarra se concentra la mayor parte de la población de la provincia de Imbabura ya que Ibarra es su Capital, es por esto que la mayoría de la población existente muestra su preferencia de habitar en la Capital, lo que claramente se ve reflejado en las estadísticas proporcionadas por el INEC en el año 2010.

### 1.7.3.2. Salud

La Dirección Provincial de Salud de Imbabura es la institución pública rectora, reguladora, proveedora y coordinadora de la salud de la provincia. Esta institución brinda servicios de salud a través de su red, que está constituida por hospitales y áreas de salud coordinando acciones con otras instituciones públicas, semipúblicas y privadas, para promoción, prevención, curación y rehabilitación de la salud, con enfoque, integral, cultural y de género; bajo los principios de equidad, universalidad, eficacia, calidad, calidez, solidaridad y participación social para elevar los niveles de salud y vida de la población en el marco de un ambiente natural y social saludable.

Por su parte el cantón Ibarra cuenta con las siguientes unidades médicas:

**CUADRO No. 5**  
**TIPO DE UNIDADES MÉDICAS**

<b>Tipo Unidad Médicas</b>	<b>Nro.</b>
Hospital Provincial	1
Centro de Salud	1
Subcentro de Salud	14
Hospital del IESS	1
Centros del Seguro Social Campesino	4
Clínicas Privadas	8

**FUENTE:** Dirección Provincial Salud

**ELABORADO POR:** El autor

### 1.7.3.3. Educación

De acuerdo al último Censo de Población y Vivienda del año 2010, en cuanto al Nivel de instrucción de la población del cantón se obtuvieron los siguientes datos:

**CUADRO No. 6  
EDUCACIÓN**

<b>Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió</b>	<b>Área Urbana</b>	<b>Área Rural</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Ninguno	2.732	3.823	23.145	12,77
Centro de Alfabetización	281	599	880	0,49
Preescolar	1.249	445	1.694	0,94
Primario	38.603	19.819	58.422	32,25
Secundario	28.985	7.991	36.976	20,41
Educación Básica	8.343	5.256	13.599	7,51
Bachillerato - Educación Media	9.429	2.100	11.529	6,36
Ciclo Postbachillerato	1.090	291	1.381	0,76
Superior	25.772	2.943	28.715	15,85
Postgrado	1.899	132	2.031	1,12
Se ignora	1.822	981	2.803	1,55
<b>TOTAL</b>	<b>120.205</b>	<b>44.380</b>	<b>181.175</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Censo de Población y Vivienda 2010

ELABORADO POR: El autor

Como información adicional según el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador:

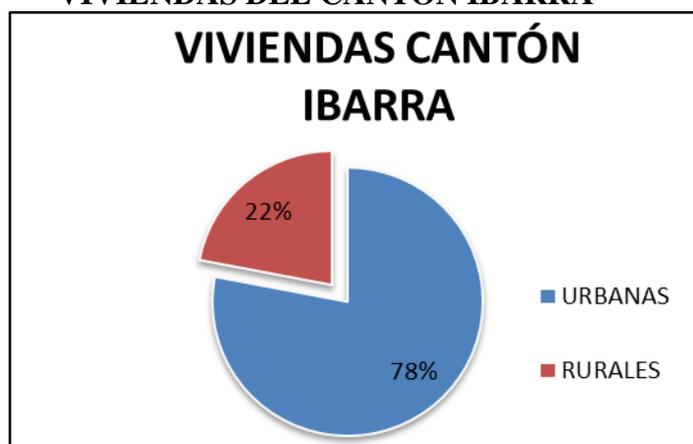
*“La cobertura del sistema de educación pública en el cantón Ibarra es del 70,2%. El índice de analfabetismo es del 5,47%. El nivel de escolaridad es de 10,04 años. La tasa de educación básica completa es del 57,30%. La tasa de educación secundaria completa es del 48,18%. El porcentaje de las madres jóvenes con secundaria completa es del 54,34%. ”*

#### **1.7.3.4. Vivienda y servicios básicos**

En la provincia de Imbabura los cantones con mayor índice de vivienda son: Ibarra y Otavalo, siguiéndole Antonio Ante y con un menor índice de vivienda se encuentra el cantón Cotacachi, Urcuquí y Pimampiro

En el territorio del cantón Ibarra se registra un total de 47.521 viviendas identificadas en el último Censo 2010, de las cuales el 78% se encuentran ubicadas en la Cabecera Cantonal y el restante: 22% distribuidas en el territorio de las parroquias rurales.

**GRÁFICO No. 4  
VIVIENDAS DEL CANTÓN IBARRA**



**FUENTE:** PDOT GAD San Miguel de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El Autor

El 57,43% de las viviendas del cantón Ibarra son propias y disponen de los siguientes servicios:

- El 90,75% dispone de abastecimiento de agua por red pública
- El 93,63% usa el gas como principal combustible para cocinar
- El 88,91% elimina la basura mediante el carro recolector
- El 98,61% se sirve del servicio eléctrico proveniente de la red de empresa eléctrica del servicio público
- El 46,91% dispone de servicio telefónico convencional

**CUADRO No. 7  
TENENCIA O PROPIEDAD DE LA VIVIENDA**

Tenencia o propiedad de la vivienda	Casos
Propia y totalmente pagada	20.457
Propia y la está pagando	3.674
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	3.820
Prestada o cedida (no pagada)	6.215
Por servicios	730
Arrendada	13.462
Anticresis	308
<b>TOTAL</b>	<b>48.666</b>

**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda 2010  
**ELABORADO POR:** El autor

**CUADRO No. 8  
PROCEDENCIA PRINCIPAL DEL AGUA PERCIBIDA**

<b>Procedencia principal del agua recibida</b>	<b>Casos</b>
De red pública	43.123
De pozo	415
De río, vertiente, acequia o canal	3.563
De carro repartidor	37
Otro (Agua lluvia/albarrada)	383
<b>TOTAL</b>	<b>47.521</b>

**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda 2010

**ELABORADO POR:** El autor

**CUADRO No. 9  
PRINCIPAL COMBUSTIBLE O ENERGÍA PARA COCINAR**

<b>Principal combustible o energía para cocinar</b>	<b>Casos</b>
Gas (tanque o cilindro)	45.566
Gas centralizado	38
Electricidad	83
Leña, carbón	2.416
Residuos vegetales y/o de animales	7
Otro (Ej. Gasolina, kérex o diesel etc.)	5
No cocina	551
<b>TOTAL</b>	<b>48.666</b>

**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda 2010

**ELABORADO POR:** El autor

**CUADRO No. 10  
ELIMINACIÓN DE BASURA**

<b>Eliminación de la basura</b>	<b>Casos</b>
Por carro recolector	42.250
La arrojan en terreno baldío o quebrada	1.915
La queman	2.524
La entierran	489
La arrojan al río, acequia o canal	185
De otra forma	158
<b>TOTAL</b>	<b>47.521</b>

**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda 2010

**ELABORADO POR:** El autor

**CUADRO No. 11  
PROCEDENCIA DE LA LUZ ELECTRICA**

<b>Procedencia de luz eléctrica</b>	<b>Casos</b>
Red de empresa eléctrica de servicio público	46.860
Panel Solar	4
Generador de luz (Planta eléctrica)	22
Otro	33
No tiene	602
<b>TOTAL</b>	<b>47.521</b>

**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda 2010

**ELABORADO POR:** El autor

**CUADRO No. 12  
DISPONIBILIDAD DE TELÉFONO CONVENCIONAL**

<b>Disponibilidad de teléfono convencional</b>	<b>Casos</b>
Si	22.830
No	25.836
<b>TOTAL</b>	<b>48.666</b>

**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda 2010

**ELABORADO POR:** El autor

Otros datos provistos por el SIISE que ayudan a determinar la situación de las viviendas y de los servicios básicos:

**CUADRO No. 13  
SITUACIÓN DE VIVIENDAS Y SERVICIOS BÁSICOS**

Hogares hacinados	11,71%
Viviendas con acceso a sistemas de eliminación de excretas	92,37%
Viviendas con acceso a red de alcantarillado	83,22%
Viviendas con piso adecuado	91,34%
Viviendas con pared adecuado	99,87%
Viviendas con techo adecuado	99,80%

**FUENTE:** Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador

**ELABORADO POR:** El autor

Es indispensable recalcar que apenas un 3,40% de las viviendas se encuentran con materiales de mal estado.

## 1.7.4. Situación económica

### 1.7.4.1. Tipo de actividades

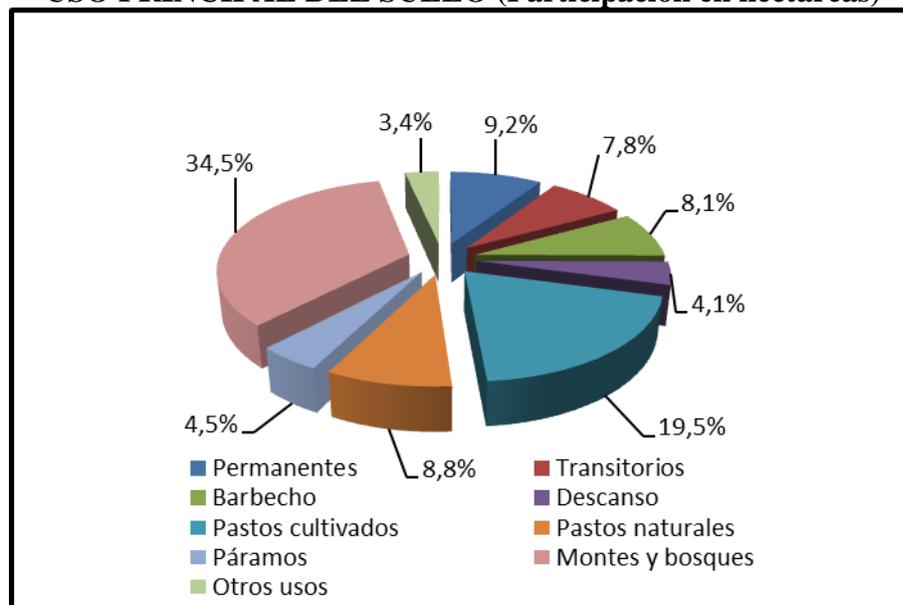
#### ▪ Sector agropecuario

En el cantón Ibarra el sector agropecuario ha tenido un papel muy relevante en el crecimiento y desarrollo económico y social de la población.

El Plan de Desarrollo Estratégico del Gobierno Provincial de Imbabura al respecto señala: “El 37,4% de la superficie territorial de Imbabura está destinado a las actividades agropecuarias, mientras que un 62,6% tiene usos distintos: bosques, páramos, infraestructura, asentamientos de población, entre otros. Es importante resaltar que del total del territorio provincial, el 21,2% está destinado a pastos, aun cuando este porcentaje habría variado en los últimos años, al haberse dedicado parte de las tierras tradicionalmente ganaderas a la floricultura”.

El III Censo Nacional Agropecuario del año 2002 presenta la siguiente información sobre el cantón Ibarra:

**GRÁFICO No.5**  
**USO PRINCIPAL DEL SUELO (Participación en hectáreas)**



**FUENTE:** III Censo Nacional Agropecuario Año 2002

**ELABORADO POR:** El autor

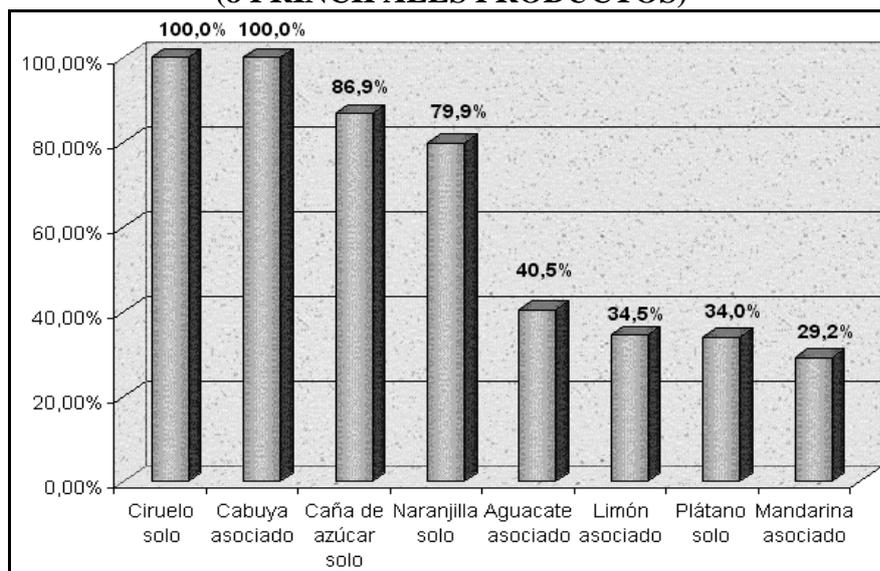
**CUADRO No. 14  
CULTIVOS**

<b>CULTIVO</b>	<b>Superficie Plantada (Has)</b>	<b>Superficie Edad Productiva (Hectáreas)</b>	<b>Superficie Cosechada (Hectáreas)</b>	<b>Producción Toneladas métricas</b>	<b>Ventas Toneladas métricas</b>
Caña de azúcar para azúcar	5.711	3.725	3.272	404.709	151.581
Plátano	806	756	738	1.180	489
Naranja	471	372	372	1.304	1.302
Caña de azúcar otros usos	400	303	293	0	0
Cabuya	306	245	236	241	233
Ciruelo	108	108	108	217	217
Cabuya	106	106	106	109	109
Mandarina	85	59	59	17	16
Aguacate	72	66	59	89	89
Limón	71	70	64	49	32
Aguacate	69	69	62	92	83
Plátano	66	66	63	40	11
Tomate de árbol	50	29	26	122	121

FUENTE: III Censo Nacional Agropecuario Año 2002

ELABORACION: Cámara de Agricultura de la Primera Zona

**GRÁFICO No.6  
PARTICIPACIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE IMBABURA  
(8 PRINCIPALES PRODUCTOS)**



FUENTE: III Censo Nacional Agropecuario Año 2002

ELABORACION: Cámara de Agricultura de la Primera Zona

- **Sector empresarial**

De acuerdo al Censo Nacional Económico llevado a cabo en el año 2011, las principales actividades económicas practicadas en el cantón son:

**ACTIVIDADES PRODUCTIVAS:** Fabricación de muebles, elaboración de productos de panadería, entre otras.

**ACTIVIDADES DE COMERCIO:** Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en locales comerciales o en puestos de venta y mercados.

**SERVICIOS:** Actividades de restaurantes y servicios móviles de comida, otras actividades de telecomunicaciones.

El Censo Nacional Económico efectuado en el año 2011 respecto a nuestro cantón obtuvo los siguientes resultados:

- Existen 9.485 establecimientos económicos.
- Los ingresos por ventas generaron USD 1.700 millones de dólares
- El total de personas empleadas fue 28.731
- En el 2009 se invirtió en activos fijos USD 16,6 millones

**CUADRO No. 15  
INGRESOS SEGÚN EL SECTOR ECONÓMICO**

<b>SECTOR ECONÓMICO</b>	<b>MILLONES DÓLARES</b>	<b>%</b>
Manufactura	115	7
Comercio	517	30
Servicios	1.063	63
<b>TOTAL</b>	<b>1.695</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda 2010

**ELABORADO POR:** El autor

- **Turismo**

El cantón Ibarra cuenta con varios atractivos turísticos que vienen desde la época de los Incas; la ciudad también goza de paisajes exuberantes; y al ser multicultural, todo esto sumado con los servicios, como la gran variedad de infraestructura hotelera y gastronómica la convierte en el mejor sitio turístico de la provincia.

### 1.7.4.2. Población económicamente activa

La página web <http://www.ec.kalipedia.com/> señala: “La información estadística sobre población económicamente activa (PEA) que traen los censos permiten diferenciar el tipo de ocupación y la diversidad socioeconómica que explica, de alguna manera, las desiguales condiciones de vida de los ecuatorianos”.

**CUADRO No. 16**  
**PEA DEL CANTÓN IBARRA**

PEA CANTÓN IBARRA SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3.253	6.114	9.367
Explotación de minas y canteras	140	52	192
Industrias manufactureras	6.993	2.936	9.929
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	291	28	319
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	229	41	270
Construcción	3.219	1.701	4.920
Comercio al por mayor y menor	14.707	1.864	16.571
Transporte y almacenamiento	4.142	582	4.724
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	2.793	420	3.213
Información y comunicación	1.238	88	1.326
Actividades financieras y de seguros	830	68	898
Actividades inmobiliarias	91	4	95
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.224	112	1.336
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1.455	289	1.744
Administración pública y defensa	3.794	659	4.453
Enseñanza	4.661	546	5.207
Actividades de la atención de la salud humana	2.055	222	2.277
Artes, entretenimiento y recreación	412	94	506
Otras actividades de servicios	1.404	160	1.564
Actividades de los hogares como empleadores	2.146	743	2.889
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	39	13	52
No declarado	3.739	2.347	6.086
Trabajador nuevo	2.194	537	2.731
<b>TOTAL</b>	<b>61.049</b>	<b>19.620</b>	<b>80.669</b>

**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda 2010

**ELABORADO POR:** El autor

Adicionalmente, el nivel socioeconómico de la ciudad de Ibarra puede analizarse mediante los siguientes indicadores:

**CUADRO No. 17**  
**INDICADORES SOCIOECONÓMICOS DE LA CIUDAD DE IBARRA**

<b>SECTOR</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Pobreza	Incidencia de pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)	%	39,77%
Pobreza	Incidencia de la extrema pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)	%	15,61%
Empleo	Población económicamente activa (PEA)	n	80.482
Empleo	Población en edad de trabajar (PET)	n	146.365
Empleo	Tasa bruta de participación laboral	%	44,42%
Empleo	Tasa global de participación laboral	%	54,99%
Desarrollo Infantil	Incidencia de trabajo infantil	%	5,97%
Desarrollo Infantil	Tasa de cobertura de desarrollo infantil	%	48,60%
Desarrollo Infantil	Niños pobres por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)	N	7.914

**FUENTE:** Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador Año 2010

**ELABORADO POR:** El autor

Se ve como hay todavía un alto índice de pobreza (39,77%) respecto a las necesidades básicas insatisfechas; asimismo se evidencia una falta de fuentes de trabajo al ser únicamente un 54,99%, es decir un poco más de la mitad de la población quien posee un empleo.

## **1.8. Determinación de aliados, oponentes, oportunidades, riesgos**

### **1.8.1. Aliados**

- El crecimiento poblacional es atractivo para la comercialización de equipos informáticos.
- La ciudad de Ibarra posee una ubicación estratégica para efectuar actividades comerciales.
- Existencia de profesionales, para aportar su contingente a la pequeña empresa.
- Disponibilidad de proveedores cercanos a la ubicación del proyecto.

### **1.8.2. Oponentes**

- Presencia de negocios informales, que ofertan sus productos y servicios de baja calidad.
- La mayor parte del mercado potencial posee ingresos medios, lo que limita el poder de adquisición.
- Políticas públicas que limitan la importación de aparatos tecnológicos.

### **1.8.3. Oportunidades**

- Existencia de medios de comunicación alternativos para hacer conocer productos y servicios.
- Acceder a contratos a través del portal de compras públicas.
- Usuarios cada vez más dependientes de la tecnología.
- Innovación constante de equipos tecnológicos por parte de los usuarios.

### **1.8.4. Riesgos**

- Productos que ingresan de forma ilegal, provocan inestabilidad al mercado.
- Inestabilidad económica del país genera incertidumbre en las inversiones.
- Creación de impuestos a productos tecnológicos.
- El sistema financiero maneja altas tasa de interés y rigurosos trámites para acceder a los créditos.

## **1.9. Determinación de la oportunidad de inversión**

Efectuado el diagnóstico situacional del entorno donde se desarrollará el proyecto y de las variables que determinan la oportunidad de inversión, se puede mencionar que el sector presenta más aspectos positivos que negativos que favorecen la creación de la pequeña empresa, tales como:

- El crecimiento poblacional es atractivo para la comercialización de equipos informáticos.

- En su totalidad el mercado potencial está de acuerdo en la creación de una pequeña empresa que comercializa computadoras en la ciudad de Ibarra.
- La ciudad de Ibarra posee una ubicación estratégica para efectuar actividades comerciales.

Tomando en cuenta lo enunciado anteriormente, es importante llevar a cabo el proyecto titulado: “CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COMPUTADORAS Y SERVICIOS INFORMÁTICOS INTEGRALES, UBICADA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Pequeña empresa

VÁSQUEZ Lola (2007). Afirma: *“La pequeña empresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”*. Pág. 125

La pequeña empresa es una entidad creada por un número de personas que persiguen obtener beneficios económicos, a través de la prestación de bienes y servicios destinados al mercado consumidor, la pequeña empresa pretende dar a conocer y extender sus productos dentro y fuera de un sector determinado.

##### 2.1.1. Objetivos de la pequeña empresa

VÁSQUEZ Lola, (2007) Pág. 127. Presenta los objetivos de la pequeña empresa.

- Atraer clientes con productos de buena calidad y a precios razonables.
- Obtener niveles de calidad en la entrega de productos.
- Satisfacer las necesidades del cliente con productos de acuerdo al requerimiento.
- Conservar y aumentar el nivel de cuentas, con alternativas de pago para el cliente.
- Mantener la seriedad en la distribución de productos.
- Disminuir las pérdidas en productos predecibles.
- Cumplir con las obligaciones laborales y pagos de ley.
- Incrementar el empleo, productividad.

- Incentivar la actividad empresarial.
- Ofrecer productos o servicios de calidad.
- General un valor agregado en la producción.
- Integrar armónicamente la empresa al entorno
- Optimizar la utilización de recursos
- Lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado.

Tomando en consideración la afirmación del autor, los objetivos de la pequeña empresa están encaminados principalmente a brindar productos o servicios de buena calidad, para así fidelizar clientes a corto y largo plazo.

### **2.1.2. Características de la pequeña empresa**

VÁSQUEZ Lola, (2007) Pág. 127. Presenta los características de la pequeña empresa.

- El número de personal tiene un límite inferior y otro superior. Por ejemplo, en México oscila entre 11 y 50.
- En muchos casos son empresas familiares; en las cuales, a menudo la familia es parte de la fuerza laboral de la pequeña empresa.
- Su financiamiento, en la mayoría de los casos, procede de fuentes propias (ahorros personales) y en menor proporción, de préstamos bancarios, de terceros (familiares o amistades) o de inversionistas.
- El propietario o los propietarios de pequeñas empresas suelen tener un buen conocimiento del producto que ofrecen y/o servicio que prestan y además, sienten pasión, disfrutan y se enorgullecen con lo que hacen.
- El flujo de efectivo es uno de los principales problemas con los que atraviesa la pequeña empresa, especialmente en sus inicios.
- Realizan compras de productos y servicios a otras empresas y hacen uso de las innovaciones, lo cual, genera crecimiento económico.
- Proporciona a la economía beneficios catalíticos. Contribuye a la producción nacional y a la sociedad en general, aparte de los gastos y ganancias que generan.

- Un buen porcentaje de pequeñas empresas opera en la casa o domicilio de sus propietarios. Por ejemplo, peluquerías, consultorías, etc.
- Tiene sistemas administrativos menos jerárquicos y una fuerza laboral menos sindicalizada que la mediana y grande empresa.
- En muchos casos, son proveedores de medianas y grandes empresas.

Las características de la pequeña empresa permiten identificar qué tipo de entidad u organización opera en el mercado, atendiendo con productos y servicios con una cobertura local o regional.

### **2.1.3. Estructura formal de la pequeña empresa**

VÁSQUEZ, Lola (2007). Pág.128. Menciona la estructura formal de la pequeña empresa carece de una estructura formal en todas sus áreas.

- El trabajo que realiza el dueño de la pequeña empresa lo hace ser especialista interno de todos los procesos que se llevan a cabo dentro de su organización.
- Siempre acuden a asesorías externas en aquellos aspectos de los cuales desconoce su funcionamiento, dejando el manejo contable y financiero en manos de un contador externo o consultor.
- Dentro de este tipo de organizaciones las áreas de ventas y producción son las más importante, puesto que el propietario está en permanente contacto con su clientela y detecta las nuevas exigencias del mismo permitiéndole adaptar rápidamente su producto.
- El dueño hace la función de administrador general, es decir, que es la persona que dirige todos los procesos que en su empresa se realizan y esto hace que adquiera una habilidad especial.

Dentro de la estructura administrativa de la pequeña empresa el administrador es el dueño, por tal motivo se convierte en una organización de tipo familiar.

#### **2.1.4. Aspectos legales para la creación de la pequeña empresa**

VÁSQUEZ, Lola (2007). Pág.128. *“Crear una pequeña empresa se ha convertido en una ardua tarea que implica saber muy bien que se pretende y como se va a conseguir, teniendo en cuenta la diversidad de factores que condicionan su ubicación en el mercado”*.

- **El nombre o razón social:** No requiere de permiso o autorización. Este no debe atentar a la moral ni tomar un existente, el nombre debe ser escogido con mucho criterio y debe constituir un imán para las ventas.
- **La pequeña empresa entrega la constancia de haber recibido el aporte económico:** El movimiento de los aportes será de responsabilidad del administrador de la pequeña empresa.
- **Los permisos de funcionamientos:** Los obtendrá una vez que inicie su actividad, y entre ellos tenemos:
  - El permiso fiscal (RUC)
  - El permiso municipal
  - Permiso sanitario

#### **2.2. El computador**

COLLINS, Jane, (2009). *“El computador es un equipo indispensable en la vida cotidiana de hoy en día, es una máquina electrónica que permite procesar y acumular datos”*. Pág.28

El computador es un sistema electrónico rápido y exacto que manipula símbolos o datos que están diseñados para aceptar datos de entrada, procesarlos y producir salidas (resultados) bajo la dirección de un programa de instrucciones almacenado en su memoria.

### **2.2.1. Objetivos principales del computador**

COLLINS, Jane, (2009). Pág.30. Presenta los objetivos principales del computador.

- Introducir a los alumnos al mundo de la Informática y de las telecomunicaciones.
- Incentivar a los alumnos para favorecer un correcto equilibrio del desarrollo integral, por ende ajustarse tanto a normas institucionales como así también a las exigencias sociales.
- Contribuir a la construcción y reconstrucción del conocimiento, a través de las variadas y seleccionadas, actividades adecuadas para tal fin.
- Desarrollar la capacidad operativa que les permita a los alumnos complementar el área de computación con las otras áreas.
- Que los alumnos sean capaces de usar a la computadora como una herramienta tecnológica útil en la vida cotidiana.
- Lograr autonomía en el uso de la herramienta informática.
- Identificar "situaciones problemáticas simples" planteadas en término de "necesidades y/o demandas" en el entorno cotidiano (casa y/o escuela).
- Reconocer diferentes soportes de la información y de los medios de comunicación de su entorno cotidiano (casa y/o escuela).
- Conocer los materiales y herramientas utilizados para el funcionamiento de una computadora.
- Caracterizar el funcionamiento de los diferentes medios de comunicación y de la información.
- Reconocer, seleccionar y utilizar información conveniente o adecuada.
- Adquirir un conocimiento de los materiales, que les permita seleccionarlos para su uso en los proyectos informáticos.

- Comprender el total funcionamiento de la computadora y de los diferentes programas.
- Seleccionar, obtener, almacenar y evaluar la información conveniente para uso en lo institucional y cotidiano.

El computador es un equipo que ha revolucionado al mundo, debido a la gran ayuda que ofrece en diferentes campos, ya sean, productivos educativos, entre otros.

### **2.3. La tecnología en la educación**

*http://www.acurbelo/tecnologia-educacion. Manifiesta. “La tecnología en la educación está presente en todo lo que nos rodea, desde el trabajo, la comunidad, la familia, hasta el hogar, en fin en todo lo relacionado con la vida cotidiana. Sin embargo en el sector de la enseñanza, vemos que muchas escuelas hoy en día no tienen los recursos necesarios para integrar la tecnología en el ambiente del aprendizaje”.*

La tecnología en la educación está formada como la suma total de las actividades que hacen que la persona modifique sus ambientes externos o internos, con la aplicación sistemática de los recursos del conocimiento científico del proceso que necesita cada individuo para adquirir y utilizar los conocimientos.

#### **2.3.1. Ventajas de la tecnología en la educación**

*http://. wordpress.com/ventajas-y-desventajas-de-la-tecnologia-en-el ámbito-educativo/. Menciona las ventajas de la tecnología en la educación.*

- Las clases se vuelven más prácticas y novedosas.
- Posibilidad de enviar tareas vía correo electrónico.
- Nos permite estar actualizados con la información de cualquier índole.
- Ahorra tiempo.
- Posibilita la descarga de textos que muchas veces son difíciles de obtener o supone un costo muy elevado hacerlo.

- Presentación de contenidos más dinámicos, que captan fácilmente la atención del alumno.
- Facilita la evaluación de los estudiantes, ya que presenta productos tangibles, evidencias del aprendizaje.
- Favorece el trabajo colaborativo.
- Permite diseñar materiales didácticos alternativos y novedosos en vez de los tradicionalistas.
- Permite acceder a un gran flujo de información, las posibilidades de búsqueda y obtención de resultados es infinita.

### **2.3.2. Desventajas en la educación**

<http://.wordpress.com/ventajas-y-desventajas-de-la-tecnologia-en-el-ambito-educativo/>. Presenta las desventajas de la tecnología en la educación.

- Requiere de aprendizajes previos para evitar frustraciones en los estudiantes.
- Requieren de buena actitud del docente respecto a su actualización, disposición para ésta.
- El maestro puede usarlo como “niñera” de los estudiantes, dejándolos por tiempo completo utilizándolo sin supervisión o guía adecuada.
- Puede ser que la calidad de la información a la que se tiene acceso no sea la adecuada o requerida.
- Requiere de inversión de tiempo por parte del docente para la planeación del uso del recurso.
- Por parte del centro de trabajo requiere de inversión en la compra de los equipos.
- Requiere de mantenimiento preventivo y correctivo.
- Requiere concientización por parte del docente acerca del rol que debe desempeñar al utilizarla.

## 2.4. El servicio

Para LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen. (2009). Dice: *“Los servicios son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores, en objetos o en otros bienes de los que los compradores son responsables”*. Pág. 15

Los servicios es un conjunto de actividades que buscan responder las necesidades de un cliente por medio de un cambio de condición en los bienes informáticos, potenciando el valor de estos y reduciendo el riesgo inherente del sistema.

### 2.4.1. Características del servicio

Para LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen. (2009). Pág.18. Presenta las principales características del servicio.

- **Intangibilidad:** A diferencia de los productos físicos, los servicios no se pueden experimentar a través de los sentidos antes de su adquisición. Para reducir la incertidumbre, los compradores buscan signos que demuestren la calidad.
- **Inseparabilidad:** Los servicios se producen y se consumen a la vez. Si el servicio lo presta una persona, ésta es parte del servicio. Como el cliente estará presente durante la prestación del servicio, la interacción entre cliente y proveedor.
- **Variabilidad:** Los servicios son muy variables, puesto que depende de quién los presta, cuándo y a dónde. Los compradores son conscientes de esta alta variabilidad.
- **Caducidad:** Los servicios no se pueden almacenar. El carácter perecedero no resulta problemático cuando la demanda es estable, pero cuando la demanda fluctúa, las empresas de servicios enfrentan dificultades.

#### 2.4.2. Pasos básicos para un buen servicio

Para LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen. (2009). Pág.21. Menciona los pasos básicos para brindar un buen servicio.

- **Seguridad:** Está bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros.
- **Credibilidad:** Hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y honestos.
- **Comunicación:** Mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender.
- **Comprensión del cliente:** Sonreírle en todo momento a los clientes y mantener una buena comunicación que permita saber qué desea.
- **Accesibilidad:** Brindar un excelente servicio se debe tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos.
- **Cortesía:** Atención, simpatía, respeto y amabilidad del personal, para cautivar a los clientes.
- **Profesionalismo:** Posesión de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización.
- **Capacidad de respuesta:** Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.
- **Fiabilidad:** Tener la capacidad de ejecutar el servicio de forma fiable, sin problemas.

- **Elementos tangibles:** Mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuado.

## 2.5. Servicios informáticos integrales

*<http://www./servicios-informaticos-importancia/>. Menciona: “Un servicio informático es un conjunto de actividades que buscan responder las necesidades de un cliente por medio de un cambio de condición en los bienes informáticos, potenciando el valor de estos y reduciendo el riesgo inherente del sistema”.*

El servicio informático es una solución que permite realizar las tareas con mayor rapidez y eficacia. Este servicio presenta ventajas en los diferentes cambios que se ha dado en la tecnología, ya que un servicio de calidad responde a los requerimientos de los clientes.

### 2.5.1. Ventajas del servicio informático

<http://www.unav.edu/ventajas/servicios-informaticos>. Presenta las ventajas que el servicio informático brinda.

- **Reutilización de las soluciones a las consultas:** Mejora en la gestión con la posibilidad de poder reutilizar muchas de las "respuestas" que se den en dichas consultas.
- **Explotación de información útil para la realización de perfiles de usuarios:** La personalización de la información es una de las tendencias actuales de muchos servicios de información.
- **Mejora de la gestión interna:** Es un instrumento de innovación en nuestras tareas de trabajo, aporta sin duda múltiples ventajas a la gestión del quehacer diario.

- **Evaluación del trabajo realizado por el centro:** Son muchas las ocasiones en las que como profesionales debemos defender y justificar una serie de necesidades que permitan mejorar las actividades.
- **Valoración de los recursos informáticos:** Plantea una política de desarrollo, valoración y mantenimiento del fondo es siempre una tarea compleja.

## 2.6. La informática

CUPPER, Roberto D. (2008). Manifiesta: *“La informática es la ciencia que estudia el tratamiento automático y racional de la información, la misma es realizada por medio de máquinas que realizan trabajos de captura, proceso y presentación de la información”*. Pág. 34

La informática, es la ciencia aplicada que abarca el estudio y aplicación del tratamiento automático de la información, utilizando sistemas computacionales, generalmente implementados como dispositivos electrónicos.

### 2.6.1. Importancia de la informática

CUPPER, Roberto D. (2008). Pág.35. Presenta la importancia de la informática.

- Es importante la informática porque presenta un sin número de programas ya creados para facilitar el trabajo en cualquier área.
- La informática es un conjunto de información que con las computadoras se han extendido en todas las actividades del hombre.
- Las empresas están obligadas a tomar decisiones cada vez más precisas y con mayor rapidez.
- El desarrollo de las organizaciones demanda una gran cantidad de información.
- La informática puede ayudar a reinventar la manera como una organización opera.

- Puede ayudar a transformar la manera en que una organización compite, afectando las fuerzas que controlan la competencia en una industria.

La informática ha permitido a automatizar las actividades de las empresas o sectores de la sociedad, generando mayor versatilidad en el desenvolvimiento cotidiano.

### 2.6.2. La informática y sus aplicaciones

MILLER Michael, (2008) Pág. 27. Manifestó: *“Que el manejo de la información es actualmente una de las actividades más importantes de la sociedad moderna. Esto se puede observar por el alto porcentaje del trabajo cotidiano”*.

A continuación se presenta las aplicaciones de la informática según el autor MILLER Michael, (2008) Pág.29.

- **En la toma de decisiones:** Son de gran utilidad los programas que pueden generar gráficos de uso administrativos como son: barras, torta, línea y área entre muchos otros. De esta manera un empresario puede tener una idea rápida.
- **En la educación:** el surgimiento del microcomputador es de vital importancia en el área educativa, gracias a la disponibilidad de equipos a costos accesibles y la facilidad del manejo del mismo.
- **En la navegación:** en el área marítima los computadores controlan la fijación de posiciones o situaciones geográficas mediante satélites. En los puertos, una gran parte de las operaciones de carga y descarga se realizan de acuerdo a un programa establecido por el computador.
- **En la aeronáutica:** el computador realiza funciones tales como: controlar el tráfico aéreo, presentar la posición y altura de los aviones a través de las pantallas de radar, simular operaciones de vuelos especiales.

- **En la ciencia:** el computador es de gran ayuda para analizar los datos, almacenar y recuperar información, simplificar expresiones, controlar experimentos.
- **En el transporte urbano:** Hay sistemas que permiten controlar el servicio de autobuses, según la demanda del servicio, determinando nuevas rutas si no hay pasajero en espera.
- **En la industria:** Tareas tales como la soldadura por puntos en la carrocería de automóviles o la pintura de pistola, son ideales para los robots industriales.
- **En la vigilancia:** los computadores ofrecen información instantánea acerca de carros robados, falsificación de documentos, valores y análisis de pruebas.

La informática ha ingresado en todos los sectores de la sociedad, revolucionando la forma de hacer las cosas, siendo más eficientes y productivos.

## 2.7. Soporte técnico

*<http://www.monografias.com/computadora-mantenimiento>. El soporte técnico es un rango de servicios que proporcionan asistencia con el hardware o software de una computadora, o algún otro dispositivo electrónico o mecánico.*

El servicios de soporte técnico ayuda al usuario a resolver determinados problemas con algún producto en vez de entrenar o personalizar, también sirve para ayudar a la resolución de problemas que puedan presentárseles a los usuarios.

### 2.7.1. Ventajas del soporte técnico

<http://www.mcafee.com/es/support/support-benefits.aspx>. Presenta las ventajas de soporte técnico.

- **Mejores resultados de negocio:** Cuando un establecimiento comercial subcontrata sus necesidades de servicios técnicos, siempre es mejor en su parte para agilizar sus competencias empresariales básicas.
- **Ahorro de costes:** Es crucial que una organización empresarial que ahorra una parte importante de su capital por la externalización a un tercero en las naciones en desarrollo y desarrollados.
- **Asistencia al cliente:** Servicios técnicos ayudan a los clientes sin importar la hora y la ubicación geográfica. Los clientes que necesiten cualquier información vital sobre el carácter de urgencia pueden ser ayudados con el apoyo total.
- **Comando profesional:** Para llegar a ser parte del equipo de apoyo técnico, es obligatorio calificar la capacitación a fondo y la educación técnica que se ha desarrollado.

El soporte técnico es muy importante para mantener en óptimas condiciones los equipos informativos, esto permitirá generar productividad.

### 2.7.2. Claves para un buen soporte técnico

<http://www.uppersoft.com/5-claves-para-un-buen-soporte.aspx>. Presenta las claves más importantes para un soporte técnico.

- **Forma de comunicación:** El cliente debe saber cuál es el medio de comunicación adecuado para ser atendido.
- **El tiempo de respuesta:** Es importante que el cliente reciba una respuesta dentro de las 24 hs. Al menos el cliente debe saber que se está trabajando en su respuesta.

- **Ofrecer una guía de soporte técnico.** Si el cliente posee muchas dudas, lo mejor es armar un documento donde volcar todas ellas y enviar un solo email con todas las dudas.
- **Evitar un mensaje:** Sin especificar el motivo, que pudieron ser varios: confusión en la configuración, falta de permisos, falta completar otros datos necesarios para la función, etc.
- **Tener paciencia.** Hay problemas que se solucionan instantáneamente, porque se tratan de un simple clic de mouse en algún punto del menú.

Para un buen soporte técnico se ha seguido un proceso que garantice un trabajo acorde a los requerimientos de los clientes.

## 2.8. Aspectos del mercado

### 2.8.1. Estudio de mercado

GALINDO, C (2008). Expresa: *"Este tipo de estudio se realiza con el fin de conocer las necesidades de los consumidores y establecer el grado de aceptación que puede tener nuestro producto o servicio en el mercado, el precio que estaría dispuesto a pagar el consumidor, cuantificando el tiempo y la frecuencia con que se realiza el consumo, adicionalmente podemos establecer que tan posicionados están nuestros competidores"*. Pág. 43.

El estudio de mercado sirve para conocer la cantidad de consumidores que existen para la adquisición del bien o servicio que está disponible en el mercado, además permite analizar la competencia para tomar ciertas estrategias que ayuden a mejorar las políticas de venta.

### 2.8.2. Mercado meta

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: *"Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado"*. Pág. 30.

El mercado meta es conocido como aquel grupo de clientes a los que la empresa dirige sus esfuerzos, el propósito es realizar cierta selección cuidadosa y precisa en el mercado tomando en cuenta ciertas características de preferencias.

### **2.8.3. Demanda**

KOTLER Philip, (2008). Manifiesta *“La demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercado específico”*. Pág. 217

La demanda es determinada por la cantidad de bienes y servicios que las personas desean adquirir, para satisfacer necesidades, los mismos que pueden ser muy variados y con diferentes características dependiendo a qué tipo de cliente o mercado está destinado.

### **2.8.4. Oferta**

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: *“La oferta es la cantidad de productos o servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”*. Pág. 27.

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que las diversas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad de ofertar a los diferentes mercados con la finalidad de satisfacer deseos y necesidades de los principales consumidores.

### **2.8.5. El producto**

JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Manifiesta: *“El producto son combinaciones tangibles e intangibles, el producto es también un complejo símbolo que denota status, gusto, posición, logros y aspiraciones”*. Pág.296

El producto es un bien o servicio que está destinado a la adquisición, uso o consumo de los distintos consumidores que se encuentran en el mercado, los

mismos están expuestos a pagar cierto precio que representara una garantía que estabiliza a la empresa.

### **2.8.6. El precio**

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). *“El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. A demás en la mayoría de empresas el precio es determinado por el volumen de ventas”*. Pág. 171

El precio es un generador de ingresos para las empresas, por tal razón es importante mantener un equilibrio que permita conseguir de manera rápida la aceptación en el mercado para garantizar que el producto o servicio tenga éxito.

### **2.8.7. Comercialización**

LAMB, Charles W., (2007).en su obra Marketing menciona: *“Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”*. Pág.342

La comercialización es la actividad que diariamente se realiza en el mercado, es decir, el intercambio de bienes y servicios, siendo esto un conjunto de actividades donde se aplican varios procedimientos y se relacionan ofertantes y demandantes.

## **2.9. Aspectos técnicos administrativos**

### **2.9.1. Localización del proyecto**

BACA, Gabriel (2010). Menciona: *“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”*. Pag.86

La localización óptima del proyecto se enfoca en ayudar a la empresa a tener una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital de acuerdo al criterio privado y el costo unitario mínimo en el criterio social.

### **2.9.2. Macro localización del proyecto**

Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: *“El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”*. Pag.49

La macro localización es una fase muy importante, porque se caracteriza por ser el punto decisivo donde se elige el lugar idóneo para la realización del proyecto, esta fase requiere de un estudio extenso donde se conozca todos los factores positivos que el sector posee.

### **2.9.3. Micro localización del proyecto.**

Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: *“Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores.”* Pág. 36

La micro localización consiste en buscar los diferentes recursos que el sector posee y que beneficiaran en todo momento al desarrollo del proyecto que se lleve a cabo, para elección se considera necesario realizar un análisis al entorno de la ubicación.

### **2.9.4. Tamaño óptimo de la planta**

Según BACA, Gabriel (2010). Afirma: *“Es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera optimo cuando opera con los menores costos totales o a la máxima rentabilidad económica”*. Pag.75

El tamaño de la planta hace referencia a la capacidad instalada de la misma y se considera óptimo cuando su operatividad no significa mayores costos.

#### **2.9.5. Presupuestos técnicos**

RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNANDEZ CHAVEZ Gisel, (2010). Afirma: *“El presupuesto es el proceso de costeo, que nos presenta las actividades del proyecto y sus costos correspondientes, así como sus sumas parciales y totales. Se puede estructurar de diversas maneras, una forma común es diferenciar los costos directos de los indirectos. Se puede también especificar cuentas y subcuentas para asociarlas con la contabilidad de la organización”*. Pág. 164

El presupuesto técnico es la estimación de las operaciones que se realizarán en la empresa en un determinado periodo con la finalidad de llevar a cabo y conseguir los objetivos propuestos desde un inicio de la creación de la empresa.

#### **2.9.6. Ingeniería del proyecto.**

SAPAG, CH. Nassir & SAPAG, CH. Reinaldo (2008). Afirma: *“Es el que ayuda a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”*. Pág. 132

La ingeniería del proyecto comprende aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de los diferentes productos y la prestación del servicio, además tiene la finalidad de brindar información que permita hacer una evaluación técnica.

#### **2.10. Estructura orgánica**

Para IVANCEVICH, John. KONOPASKE, Robert y MATTESON, Michael. (2008). Afirman: *“Es el patrón formal de las actividades e interrelaciones entre las diversas subunidades de la organización”*. Pág. 20.

La estructura orgánica es eficaz porque permite al personal que contribuya para lograr el cumplimiento de los objetivos, especialmente está estructurada para

lograr de manera rápida el alcance de la meta que la empresa se ha planteado para su éxito.

## **2.11. La administración**

MUNCH Lourdes, (2010).Manifiesta: *“La administración es una actividad indispensable en cualquier organización de hecho es la manera más efectiva para garantizar su competitividad”*. Pág.23

La administración es un proceso que tiene como finalidad dentro de las actividades planear, organizar, direccionar y controlar de manera eficiente para alcanzar los objetivos establecidos, para ellos se toma en cuenta recursos económicos, humanos, materiales y técnicos que permitan el éxito de la organización.

### **2.11.1. Objetivos de la administración**

MUNCH Lourdes, (2010). Pág.24. Presentan los objetivos de la administración.

- Alcanzar de forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social donde se plantean planes de desarrollo.
- Conseguir de manera eficiente las metas con el mínimo de sus recursos.
- Permite a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios de calidad tomando en cuenta que el principal factor son los clientes.
- El objetivo principal de la Administración es aprovechar los recursos que posee la empresa para lograrlo de una manera eficiente y eficaz.

La administración tiene como principal objetivo aprovechar en forma eficiente los recursos disponibles para generar mayor rentabilidad o beneficios.

### 2.11.2. Fases del proceso administrativo

MUNCH Lourdes, (2010). Pág.25. Menciona: La administración presenta cinco fases que constituye el proceso administrativo, pues son ejercidas en forma continua:

- **Planeación:** Planear incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos, requiere la toma de decisiones, es decir, elegir los proyectos de acción futuros entre varias alternativas.
- **Organización:** Es la función administrativa que implica ensamblar y coordinar los recursos humanos, físicos, información y otros que se necesiten para alcanzar las metas.
- **Integración:** Requiere mantener cubierta las posiciones en la estructura de la organización. Esto se logra al identificar los requisitos de fuerza de trabajo.
- **Dirección:** Es la función de administrar los recursos de la pequeña empresa por parte de los administradores demostrando su eficiencia y responsabilidad en sus funciones.
- **Control:** Es el proceso de vigilar las actividades con el fin de asegurarnos que se realicen conforme a los planes y se corrijan las desviaciones importantes.

El proceso administrativo está basado en una serie de etapas que permiten a consecución de los objetivos planteados dentro de la organización.

### **2.11.3. Planificación estratégica**

La Planificación para AMARU, Antonio C. (2009). Afirma: *“Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización y los objetivos a alcanzar”*. Pág. 183.

Planeación estratégica es una herramienta que interviene en las empresas para que se preparen y enfrenten las situaciones que día a día enfrentan, su propósito es ayudar orientando todos sus esfuerzos hacia la meta y los objetivos planteados.

### **2.11.4. Misión**

Según WHEELER, Thomas L. HUNTER, David J. (2007). Dice: *“La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve”*. Pág. 12

La misión está enfocada a los esfuerzos que realiza la organización o empresa para conseguir los propósitos planteados, indica de forma precisa el éxito de la empresa, es decir que propuesta brinda el producto o servicio que ofrece al mercado.

### **2.11.5. Visión**

Para D' ALESSIO, Ipinza Fernando (2008). Afirma: *“La visión de una organización es la definición deseada de su futuro, responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”*. Pág. 61.

La visión está encaminada a la descripción de la situación futura que desea tener la empresa, esta visión tiene la finalidad de controlar y alentar a la empresa para alcanzar de manera eficiente lo deseado por la organización.

## **2.12. Estudio financiero**

### **2.12.1. Ingresos**

Para ZAPATA Sánchez Pedro. (2010). Manifiesta: *“El ingreso es reconocido cuando es probable que haya un flujo de beneficios económicos futuros, hacia la empresa, y que estos beneficios económicos puedan ser cuantificados confiablemente. Esta norma identifica las circunstancias en las que estos criterios se cumplirán y, por tanto, se reconocerá el ingreso, también proporciona guías prácticas para la aplicación de estos criterios”*.Pág.27

Los ingresos son ganancia de dinero ya sea por venta de bienes o servicios, los mismos que cumplen con ciertos atributos y están dirigidos a solventar los nuevos gastos que la organización requiere para continuar en el mercado y poder garantizar su estabilidad.

### **2.12.2. Egresos**

BRAVO, Mercedes, (2007). Manifiesta: *“Son todos los gastos monetarios, que significa desembolsos para la empresa, los que van a estar en función de su organización en un ejercicio económico”* Pág. 23.

Los gastos están representados por los egresos que registra diariamente la empresa ya sea por la adquisición de bienes o servicios que van en beneficios de mejoras, estos gastos son analizados y presupuestados con anterioridad luego se realiza el respectivo desembolso del efectivo.

### **2.12.3. Estado de situación inicial**

Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008). Afirma: *“El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado.”* Pág. 45

El estado de situación inicial tiene por finalidad expresar de forma ordenada todos los activos, pasivos y patrimonio con que cuenta la empresa, de tal manera permite detallar la información económica financiera de la empresa.

#### **2.12.4. Balance resultados**

Según, El Autor ZAPATA, S. Pedro. (2010), Expone: *“Es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado.”* Pág. 306.

El estado de resultados presenta una forma dinámica de mostrar los ingresos y egresos de una empresa en un periodo determinado, además representa información relevante de gran importancia para la toma de decisiones inmediata.

#### **2.12.5. Estado de flujo de efectivo o de fondos.**

RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNANDEZ CHAVEZ Gisel, (2010). Manifiesta: *“El flujo de caja o el flujo del efectivo es un documento que nos permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros del proyecto, es decir los ingresos y los egresos, durante su ejecución. Puede determinarse por semana, mes u otro periodo convencional.”* Pág.165

El estado de flujo de efectivo se refiere a las entradas y salidas de efectivo que comprende tanto la caja como los depósitos bancarios a la vista, que son fácilmente convertibles en importes determinados de efectivo, se debe tomar en cuenta que están sujetos a un riesgo poco significativo en el cambio de valor.

### **2.13. Evaluadores financieros**

#### **2.13.1. Valor actual neto**

Según SAPAG CH. Nassir (2008). Manifiesta: *“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”.* Pág. 321

El valor actual neto, es una medida de los excesos o pérdidas que se ha obtenido de los flujos de caja, con el propósito de ser llevados al valor presente, el mismo

se utiliza para la evaluación de proyectos con la finalidad de conocer si es viable o no.

**La fórmula a utilizarse para su cálculo es.**

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

### **2.13.2. Tasa interna de retorno**

Para, DÍAZ M. Ángel. (2008). Afirma: *“Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados.”*  
Pág. 174.

La tasa interna de retorno es una tasa de rendimiento que se utiliza en el presupuesto de capital con la finalidad de medir y comparar la rentabilidad de las inversiones.

**La fórmula a utilizarse para su cálculo es.**

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \frac{VAN_{T_i}}{VAN_{T_i} - VAN_{T_s}}$$

### **2.13.3. Periodo de recuperación**

Según los autores SAPAG, CH. Nassir & SAPAG, CH. Reinaldo (2008). Manifiestan: *“Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”.*  
Pág. 329.

El periodo de recuperación consiste en realizar un cálculo de meses o años, lo principal de este método es que no toma en cuenta los flujos de efectivo después del propio periodo de recuperación, además permite conocer que el proyecto conozca el tiempo que necesita para recuperar su inversión.

#### **2.13.4. Beneficio costo**

El escritor SAPAG, CH. Nassir (2008) Manifiesta: *“El benéfico costo es el que compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”*. Pág. 256.

El costo beneficio es una técnica de análisis que tiene como objetivo fundamental proporcionar una medida de la rentabilidad de un proyecto, mediante la comparación de cuanto ha invertido y cuanto generara por la inversión realizada en el proyecto.

**La fórmula a utilizarse para su cálculo es.**

$$BENEFICIO - COSTO = \frac{INGRESOS ACTUALIZADOS}{GASTOS ACTUALIZADOS}$$

#### **2.13.5. Punto de equilibrio**

ACHING, Guzmán C. (2007). Expone: *“Permite calcular la cuota inferior o mínima de unidades a producir y vender para que un negocio no incurra en pérdidas”*. Pág. 197.

El punto de equilibrio es el nivel de ventas que permite cubrir los costos, tanto fijos como variables, es el punto en donde se conoce que la empresa no gana ni pierde. El cálculo es muy útil porque permite conocer el nivel mínimo de ventas a fin de obtener beneficios y poder recuperar la inversión realizada.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **Presentación**

El estudio de mercado es una herramienta fundamental en la elaboración de un proyecto, pues de los resultados que se obtengan de este estudio depende el éxito o fracaso de la comercialización de un producto o servicio, por medio de este estudio permitirá la obtención de datos mediante la aplicación de ciertas herramientas investigativas, las mismas que al ser procesadas y analizadas, se podrá determinar la oferta y demanda del producto a ofrecer al público meta, así como también se podrá analizar los precios que la competencia maneja frente a estos productos, con los datos obtenidos indicarán las bases para definir un plan de estrategias comerciales con el que se pueda alcanzar los objetivos propuestos por la pequeña empresa.

#### **3.1. Objetivos del estudio de mercado**

##### **3.1.1. Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda existente en la venta de computadoras y la prestación de servicios informáticos en el mediante una investigación de campo.

##### **3.1.2. Objetivos específicos**

- Analizar el comportamiento de la demanda de computadoras y servicios de mantenimiento en la ciudad de Ibarra.

- Identificar la oferta de la comercialización de computadoras y accesorios informáticos.
- Establecer los precios idóneos para cada equipo y sus accesorios.
- Diseñar las estrategias comerciales adecuadas de acuerdo a las necesidades de la pequeña empresa.

### **3.2. Variables**

- Demanda
- Oferta
- Precios
- Estrategias comerciales

### **3.3. Indicadores**

#### **3.3.1. Demanda**

- Nivel de ingresos
- Tenencia de equipo
- Número de computadoras
- Costumbre del lugar de compra
- Tiempo de adquisición
- Frecuencia de compra
- Disponibilidad para adquirir o renovar
- Preferencia del producto
- Aspectos para la compra
- Tipo de accesorios
- Servicios adicionales
- Importancia del servicio
- Satisfacción de necesidades
- Aceptación de la pequeña empresa
- Medio de comunicación

### **3.3.2. Oferta**

- Tiempo en la actividad
- Promedio de ventas
- Tipo de productos
- Nivel de crecimiento
- Proveedores
- Competencia
- Rentabilidad
- Medio de comunicación

### **3.3.3. Precios**

- Cantidad para invertir
- Forma de pago
- Precio de compra
- Precio de venta
- Determinación del precio

### **3.3.4. Estrategias comerciales**

- Producto
- Precio
- Publicidad
- Plaza

### 3.4. Matriz de relación estudio de mercado

**CUADRO No.18  
MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO**

OBJETIVOS	VARIABLE	ASPECTO O INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	INFORMANTE
Analizar el comportamiento de la demanda de computadoras y servicios de mantenimiento en la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nivel de ingresos</li> <li>▪ Tenencia de equipo</li> <li>▪ Número de computadoras</li> <li>▪ Costumbre del lugar de compra</li> <li>▪ Tiempo de adquisición</li> <li>▪ Frecuencia de compra</li> <li>▪ Disponibilidad para adquirir o renovar</li> <li>▪ Preferencia del producto</li> <li>▪ Aspectos para la compra</li> <li>▪ Tipo de accesorios</li> <li>▪ Servicios adicionales</li> <li>▪ Importancia del servicio</li> <li>▪ Satisfacción de necesidades</li> <li>▪ Aceptación de la pequeña empresa</li> <li>▪ Medio de comunicación</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Población de la ciudad de Ibarra
Identificar la oferta de la comercialización de computadoras y accesorios informáticos.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tiempo en la actividad</li> <li>▪ Promedio de ventas</li> <li>▪ Tipo de productos</li> <li>▪ Nivel de crecimiento</li> <li>▪ Proveedores</li> <li>▪ Competencia</li> <li>▪ Rentabilidad</li> <li>▪ Medio de comunicación</li> </ul>	Primaria	Entrevista	Empresas comercializadoras

Establecer los precios idóneos para cada equipo y sus accesorios.	Precios	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cantidad para invertir</li> <li>▪ Forma de pago</li> <li>▪ Precio de compra</li> <li>▪ Precio de venta</li> <li>▪ Determinación del precio</li> </ul>	Primaria	Encuesta Entrevista	Población de la ciudad de Ibarra Empresas comercializadoras
Diseñar las estrategias comerciales adecuadas de acuerdo a las necesidades de la pequeña empresa.	Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Producto</li> <li>▪ Precio</li> <li>▪ Publicidad</li> <li>▪ Plaza</li> </ul>	Secundaria	Bibliográfica	Libros especializados

Elaborado por: El autor

### **3.5. Mecánica operativa del diagnóstico**

Para el presente estudio se utilizó el siguiente procedimiento:

#### **3.5.1. Población a investigar**

El presente estudio se lo realizó a la población de la ciudad de Ibarra de extracto social medio, medio alto y alto, representado por familias, con la finalidad de obtener información más consistente al tema investigado.

Para obtener el número de familias se tomó en cuenta el último censo realizado en el año 2010 por el INEC, donde se determinó que 97.805 personas pertenecen a estos segmentos, a esta cantidad se la dividió para el componente familiar que es de 4 integrantes según el INEC, obteniendo 24.451 familias.

La segunda población investigada fueron 7 empresas de la ciudad, que se dedican a comercializar productos similares a los del tema propuesto, dato obtenido de las patentes municipales.

#### **3.5.2. Cálculo de la muestra**

Tomando en cuenta que la población representada por las familias es significativa, se ha decidido obtener una muestra, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{|e|^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

$\sigma^2$  = Varianza 0,25

z = Nivel de Confianza

**Datos:**

N = 24.451

□ = 0,25

Z = 95% 1,96

e = 5%

$$n = \frac{(96\% \cdot 0,25 \cdot 24.451)}{(0,05 \cdot (24.451 - 1) + (96\% \cdot 0,25))}$$

n= 378

**3.6. Instrumentos de recolección de la información**

**3.6.1. Información primaria.**

- **Encuestas:** fueron aplicadas a las familias de la ciudad de Ibarra de extracto social medio, medio alto y alto.
- **Entrevistas:** fueron realizadas a representantes de empresas que comercializan equipos de computación en la ciudad de Ibarra.

**3.6.2. Información secundaria.**

Dentro de la información de fuente secundaria se utilizó: Plan de Ordenamiento Territorial, INEC, documentos, e internet.

**3.7. Tabulación y análisis de la información recopilada a través de encuestas.**

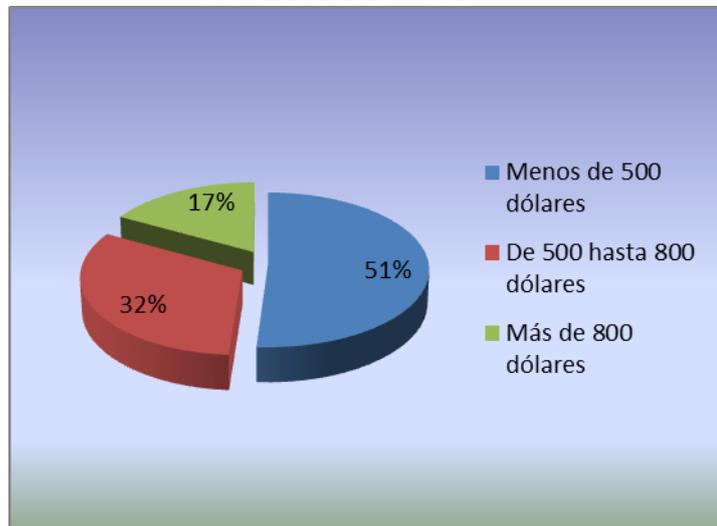
**Resultados encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Ibarra de extracto social medio, medio alto y alto.**

1. ¿Cuál es el nivel de ingresos que usted percibe mensualmente?

**CUADRO No.19  
NIVEL DE INGRESOS**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Menos de 500 dólares	193	51
De 500 hasta 800 dólares	121	32
Más de 800 dólares	64	17
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.7  
NIVEL DE INGRESOS**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

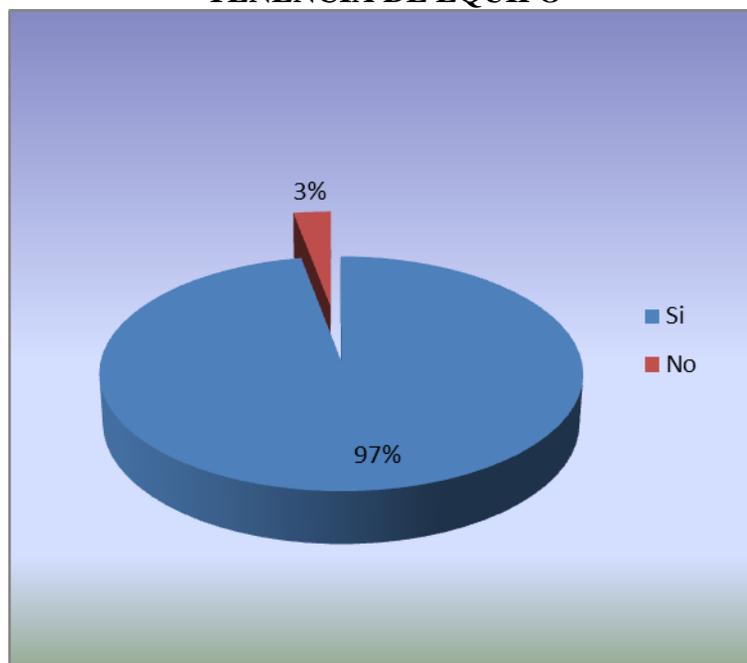
Un mayor porcentaje de las familias de la ciudad de Ibarra perciben ingresos considerados como básicos o marginales, esto se debe a que en la actualidad no existen fuentes de trabajo, por lo que es difícil encontrar un trabajo bien remunerado.

**2. ¿En la actualidad dispone de computadora?**

**CUADRO No.20  
TENENCIA DE EQUIPO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	367	97
No	11	3
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.8  
TENENCIA DE EQUIPO**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

En la mayoría de hogares cuenta con un computador, porque lo consideran un equipo de trabajo muy indispensable, ya que actualmente muchas actividades se maneja vía internet, por tal motivo se han visto en la necesidad de adquirir este equipo, son poco quienes no posee un computador aun acuden a centro de cómputo para realizar sus trabajos que deseen.

**3. ¿Qué número de computadoras posee en su hogar?**

**CUADRO No.21**  
**NÚMERO DE COMPUTADORAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una computadora	286	76
Dos computadoras	80	21
Tres computadoras	12	3
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.9**  
**NÚMERO DE COMPUTADORAS**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

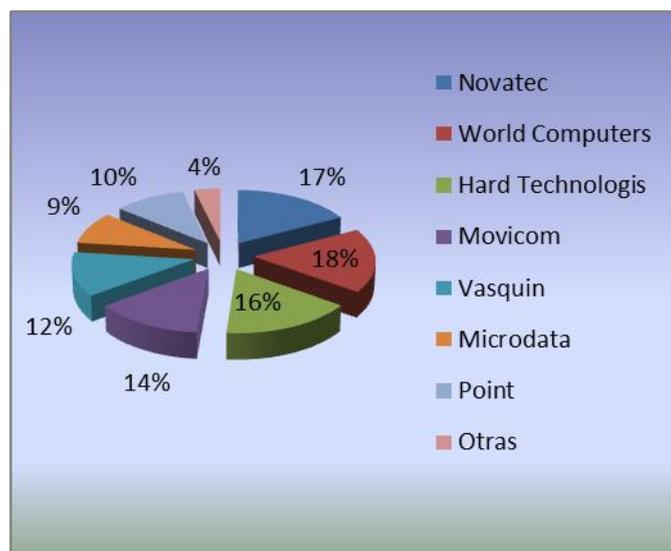
La mayoría de las familias poseen una computadora, porque no cuentan con recursos económicos para abastecerse con más equipos, seguido por quienes poseen dos computadores los mismos son utilizados por toda la familia que requiere del servicio, son pocos quienes tienen tres computadores entre fijas y laptop.

4. ¿En qué empresa acostumbra adquirir lo relacionado con su computador?

**CUADRO No.22  
LUGAR DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Novatec	65	17
World Computers	67	18
Hard Technologis	62	16
Movicom	51	13
Vasquin	46	12
Microdata	34	9
Point	39	10
Otras	14	4
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.10  
LUGAR DE COMPRA**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

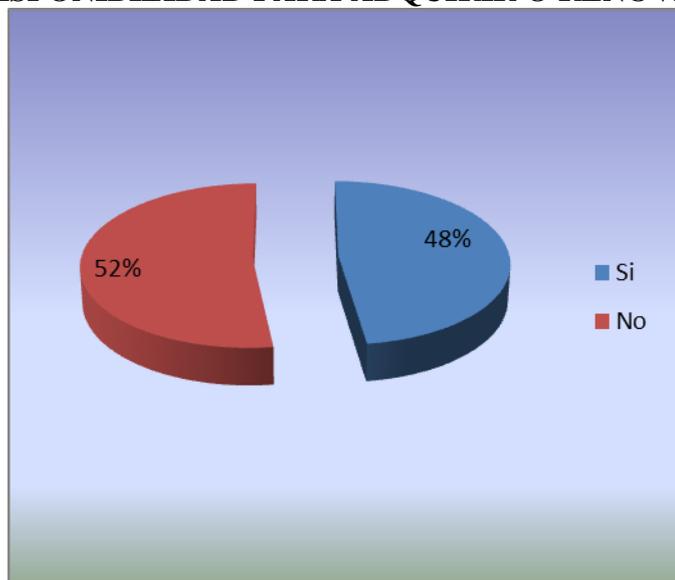
La empresa en la que adquieren los clientes con mayor frecuencia sus computadoras es World Computers, seguido por Novatec y Hard Technologis, siendo estos los de mayor aceptación entre los existentes.

5. ¿Ha considerado adquirir o renovar el equipo de computación?

**CUADRO No.23**  
**DISPONIBILIDAD PARA ADQUIRIR O RENOVAR**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	181	48
No	197	52
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.11**  
**DISPONIBILIDAD PARA ADQUIRIR O RENOVAR**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra

**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

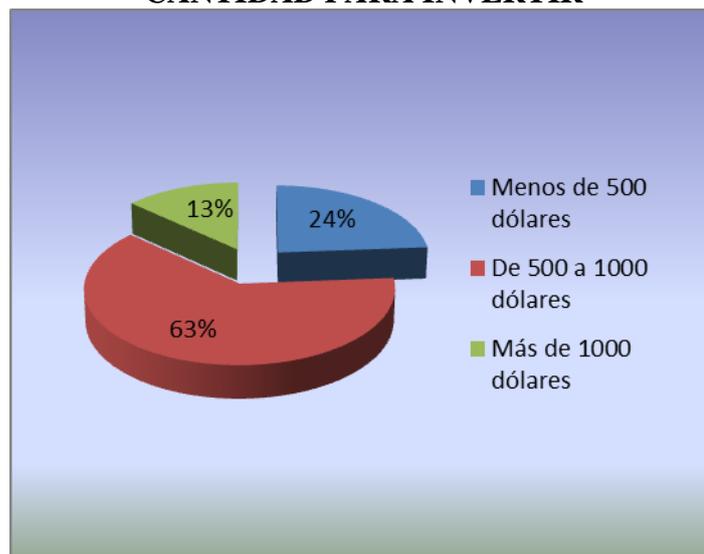
Una parte significativa de las familias consideran que si desea adquirir y renovar su equipo de cómputo, debido a la presencia de la nueva tecnologías que traen cosas novedosas de interés para sus hijos, quienes son los que mayor uso le dan a este tipo de equipos, también otro porcentaje manifiestan que no desean renovar ni adquirir un equipo de cómputo, porque consideran que el que poseen se encuentra en perfectas condiciones.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en una computadora o laptop?

**CUADRO No.24**  
**CANTIDAD PARA INVERTIR**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 500 dólares	90	24
De 500 a 1000 dólares	238	63
Más de 1000 dólares	50	13
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.12**  
**CANTIDAD PARA INVERTIR**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra

**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

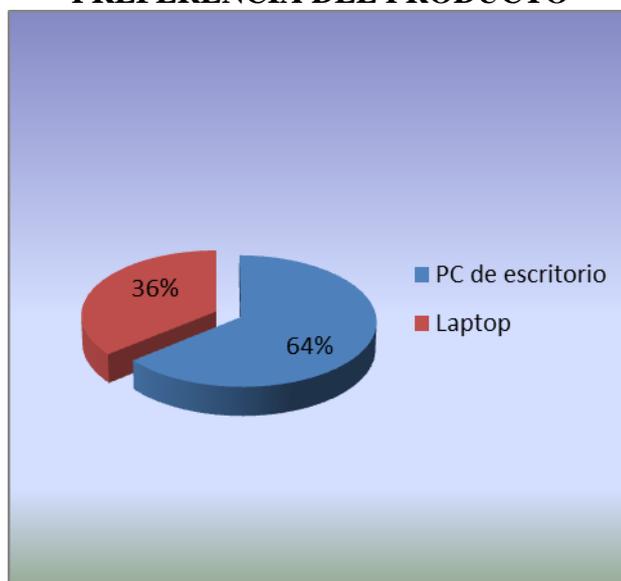
Las personas están dispuestas a invertir en una computadora o laptop de 500 a 1.000 dólares dependiendo las funciones y la marca que el equipo presente, seguido también por quienes pagarían menos de 500 dólares, ya que no están en condiciones para invertir más dinero, finalmente esta quienes invertirían más de 1.000 dólares por un equipo de cómputo completo.

7. ¿Qué tipo de computador prefiere?

**CUADRO No.25**  
**PREFERENCIA DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
PC de escritorio	242	64
Laptop	136	36
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.13**  
**PREFERENCIA DEL PRODUCTO**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra

**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

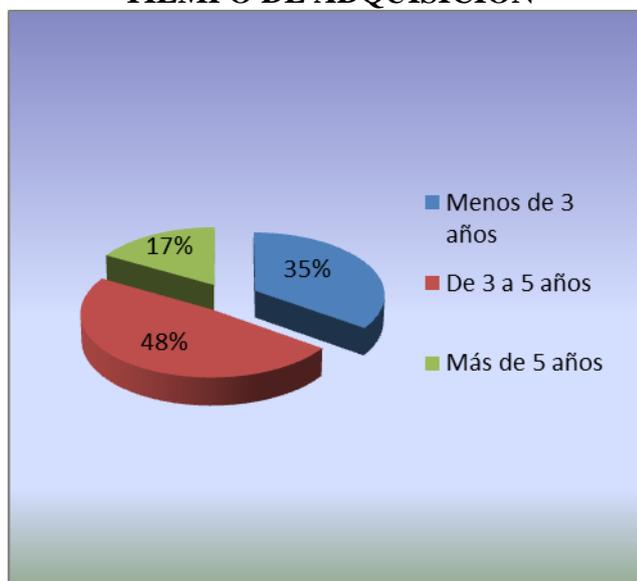
En el gráfico un mayor porcentaje de las familias investigadas prefieren comprar un PC de escritorio por su seguridad y porque estaría al alcance de toda la familia en el caso de necesitar, en cambio en una tendencia menor consideran que prefieren una laptop por la facilidad que brinda de poderla llevar a cualquier lugar en donde se puede fácilmente realizar los trabajos.

8. ¿Hace que tiempo dispone de computador?

**CUADRO No.26**  
**TIEMPO DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 3 años	132	35
De 3 a 5 años	183	48
Más de 5 años	63	17
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.14**  
**TIEMPO DE ADQUISICIÓN**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

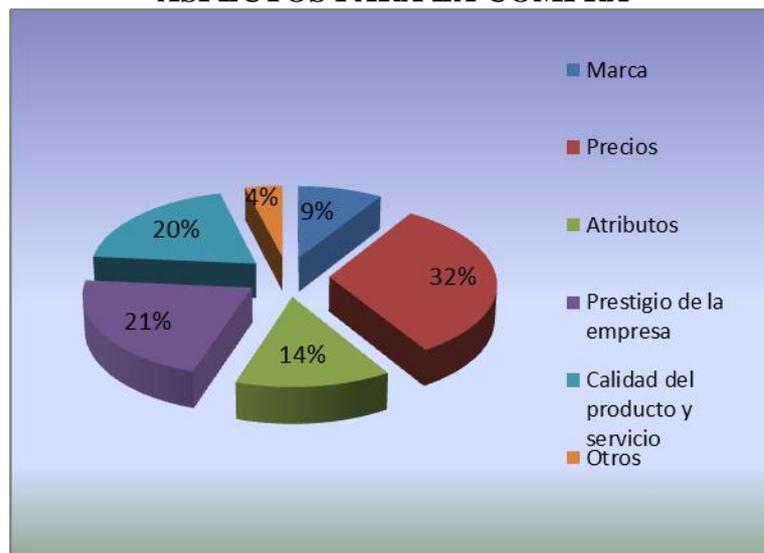
El tiempo que llevan de haber adquirido un computador es de 3 a 5 años, esta adquisición la hicieron con la finalidad de brindar a sus hijos una herramienta de trabajo muy importante para su preparación profesional, otros llevan menos de 3 años son quienes han visto la necesidad y la importancia de este equipo en la actualidad, también esta quienes llevan un tiempo de más de 5 años en haber adquirido un computador, lo consideran un equipo de trabajo muy indispensable.

9. ¿Qué aspectos considera al momento de adquirir equipos de computación?

**CUADRO No.27**  
**ASPECTOS PARA LA COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Marca	34	9
Precios	122	32
Atributos	52	14
Prestigio de la empresa	81	21
Calidad del producto y servicio	74	20
Otros	15	4
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.15**  
**ASPECTOS PARA LA COMPRA**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra

**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

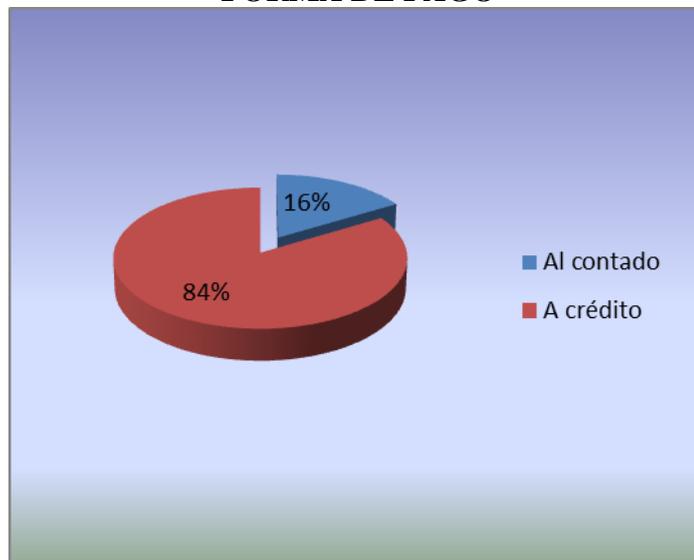
El aspecto más importante que toman en cuenta al realizar la adquisición de equipos de computación son los precios, realizan comparaciones de precios de todas las empresas que venden este tipo de producto y toman una decisión, también consideran el prestigio de la empresa, porque es un punto a favor, seguido por la calidad del producto y servicio que ofrecen los vendedores, otros toman en cuenta la marca y otros aspectos que garanticen su compra.

10. ¿Qué forma de pago prefiere al adquirir el equipo?

**CUADRO No.28  
FORMA DE PAGO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Al contado	62	16
A crédito	316	84
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.16  
FORMA DE PAGO**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

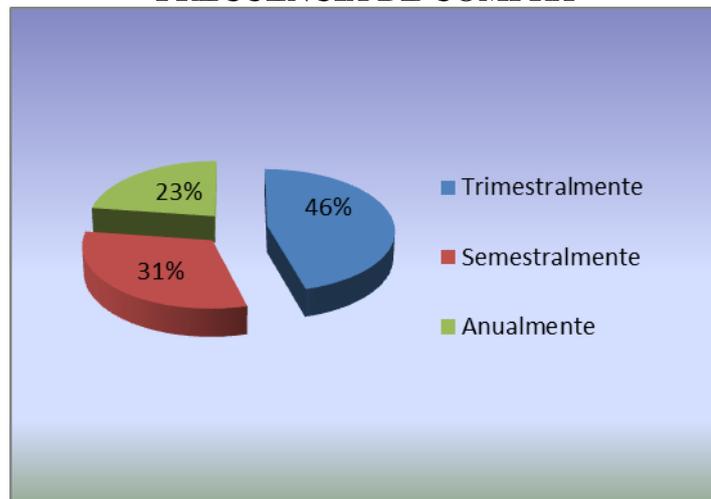
La forma de pago que ellos prefieren es a crédito, porque muchas veces no cuentan con la cantidad necesaria para cancelar al contado, entonces el crédito otorgado les permite facilitar la adquisición del producto, otros prefieren pagar al contado consideran que es un forma más adecuada para no estar pagando intereses por un crédito.

11. ¿Con qué frecuencia adquiere repuestos y accesorios de equipos informáticos?

**CUADRO No.29  
FRECUENCIA DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Trimestralmente	173	46
Semestralmente	119	31
Anualmente	86	23
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.17  
FRECUENCIA DE COMPRA**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

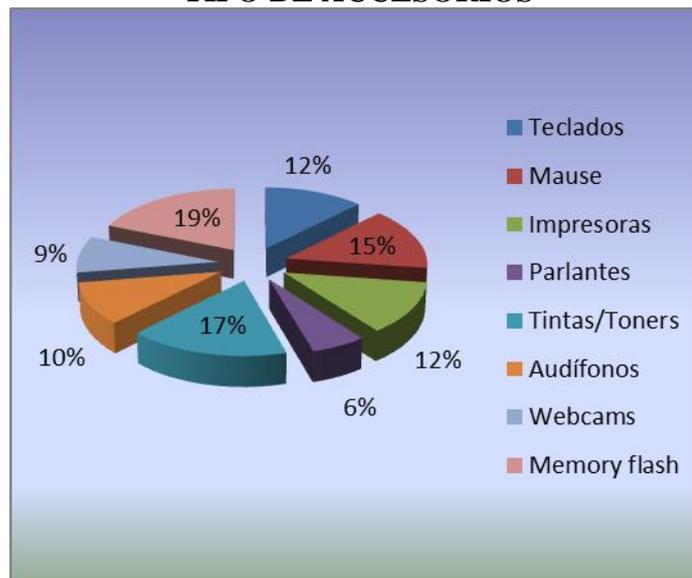
La frecuencia de adquisición de los repuestos y accesorios de equipos informáticos lo realiza cada trimestre, consideran que es el tiempo más idóneo para cambiar, también lo realizan para evitarse problemas a futuro por falta de mantenimiento, sin embargo existen personas que lo realizan semestralmente y anualmente consideran que es un tiempo suficiente en donde el equipo necesita cambios.

12. ¿Qué accesorios necesita para su equipo?

**CUADRO No.30  
TIPO DE ACCESORIOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Teclados	47	12
Mouse	56	15
Impresoras	47	12
Parlantes	22	6
Tintas/Toners	64	17
Audífonos	38	10
Webcams	33	9
Memory flash	71	19
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.18  
TIPO DE ACCESORIOS**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra

**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

Los accesorios que las familias más utilizan son memory flash, tintas/ toners, mouse, seguidos por impresora, audífonos, teclado, webcams, parlantes, en si todos los accesorios son útiles en distintos tiempos donde sea necesario.

13. ¿Qué tipo de servicios adicionales prefiere?

**CUADRO No.31  
SERVICIOS ADICIONALES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Asesoría en compra de equipos	108	29
Entrenamiento	122	32
Servicio de mantenimiento	138	37
Otras	10	3
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.19  
SERVICIOS ADICIONALES**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

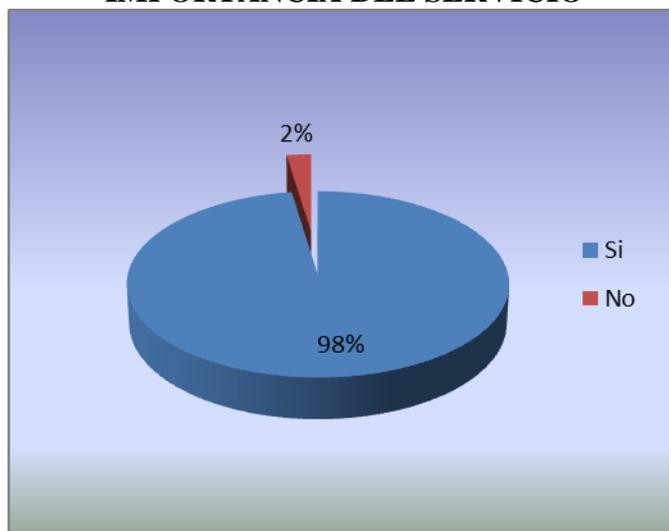
Los servicios de asesoría que más les interesa es el de mantenimiento para que su equipo de computación se mantenga en buen estado, también consideran que el entrenamiento sobre el manejo de equipo y que cuidados se debe tener para no cometer imprudencias al momento de su uso, además consideran importante recibir asesoría al momento de comprar el equipo, es decir que les den a conocer sobre los distintos aspectos que se debe tomar en cuenta antes de adquirir un computador.

14. ¿Es importante para usted contar con asesoría y servicio técnico especializado cuando realiza sus compras de equipos de computación?

**CUADRO No.32**  
**IMPORTANCIA DEL SERVICIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	369	98
No	9	2
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.20**  
**IMPORTANCIA DEL SERVICIO**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

#### **ANÁLISIS:**

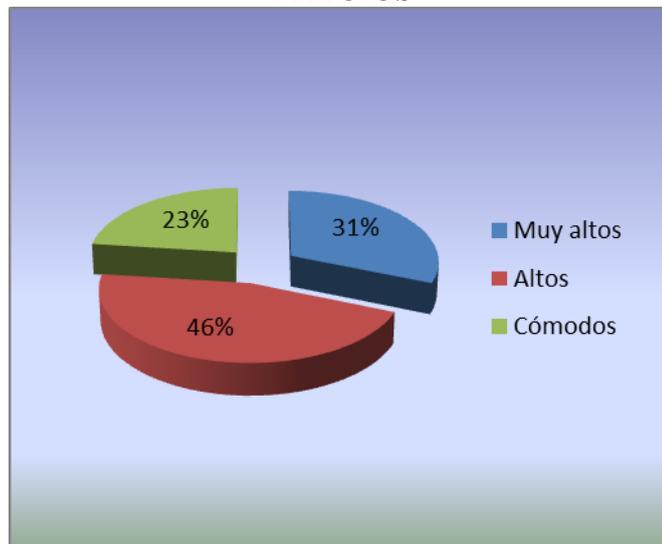
Las personas consideran de gran importancia contar con asesoría y servicio técnico especializado cuando van a realizar la compra de los equipos de computación, es necesario porque se debe conocer aspectos básicos sobre la compra que se va a realizar, en un porcentaje mínimo consideran que no es necesario recibir este tipo de servicio solamente se debe conocer la empresa en donde se realizará la adquisición.

15. ¿Los precios de los productos y servicios de su actual proveedor son?

**CUADRO No.33  
PRECIOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy altos	118	31
Altos	173	46
Cómodos	87	23
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.21  
PRECIOS**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

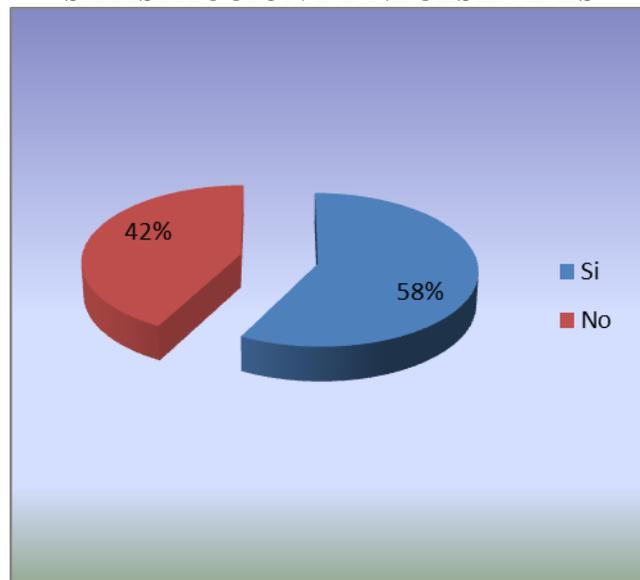
Las familias consideran que los precios de los productos y servicios que actualmente oferta los proveedores son altos, ya que son empresas que al valor total de producto le cobran algunos valores adicionales, también en un porcentaje menor lo consideran demasiadamente muy altos no toman en cuenta los costos reales para la venta, son pocos quienes consideran que los precios son cómodos, este análisis lo realizan también dependiendo el lugar de compra.

16. ¿Su proveedor actual le proporciona servicios y productos que cubran sus requerimientos?

**CUADRO No.34**  
**SATISFACCIÓN DE NECESIDADES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	218	58
No	160	42
	378	100

**GRÁFICO No.22**  
**SATISFACCIÓN DE NECESIDADES**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

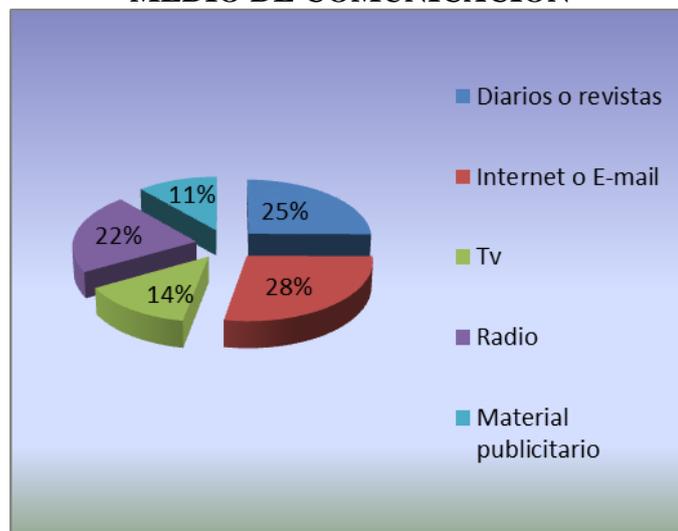
Los proveedores actuales existentes si les proporciona servicios y productos que cubran sus requerimientos, aunque el costo por el servicio es muy alto sobre todo en el mantenimiento del equipo de cómputo, también se encuentran quienes opinan que los proveedores no cubren las necesidades que ellos necesitan especialmente a la hora de adquirir equipos de buena calidad que se adapten a sus necesidades.

17. ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse de productos y servicios tecnológicos?

**CUADRO No.35  
MEDIO DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Diarios o revistas	95	25
Internet o E-mail	105	28
Tv	52	14
Radio	83	22
Material publicitario	43	11
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.23  
MEDIO DE COMUNICACIÓN**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

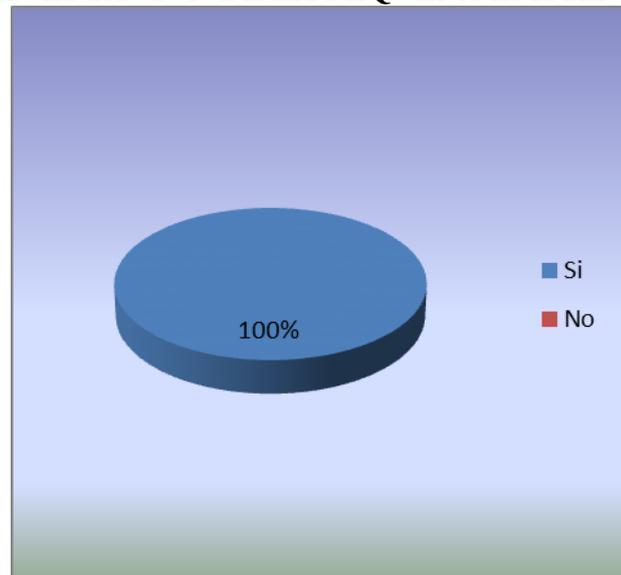
El medio de comunicación que más utilizan para informarse de los productos y servicios tecnológicos que el mercado dispone es a través del internet, porque en la actualidad se ha convertido un medio de información más visitado por las personas y de mayor cobertura, seguido por diarios o revistas y la radio, al igual que la televisión y los materiales publicitarios que a acostumbran a volantear las empresas.

18. ¿Le gustaría tener a su disposición, un almacén que le proporcione computadoras, repuestos, accesorios de calidad, precios accesibles y asistencia técnica?

**CUADRO No.36**  
**ACEPTACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	378	100
No		
<b>TOTAL</b>	378	100

**GRÁFICO No.24**  
**ACEPTACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA**



**FUENTE:** Familias de la ciudad de Ibarra  
**ELABORADO POR:** El autor

**ANÁLISIS:**

Las familias en su totalidad si les gustaría tener a su disposición un almacén que le proporcione computadoras, repuestos, accesorios de calidad, a precios accesibles y asistencia técnica, que les garantice mayor seguridad en todos los servicios requeridos por ellos.

**Entrevista aplicada a representantes de empresas que comercializan equipos informáticos en la ciudad de Ibarra.**

**EMPRESA: NOVATEC**

**1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?**

El gerente de la empresa NOVATEC manifiesta que el tiempo que llevan en el negocio son más de 6 años, la idea nació al ver la demanda que día a día fue creciendo por la tecnología.

**2. ¿Cuál es el promedio de ventas de computadoras semanalmente?**

La venta promedio que realiza esta empresa es de 20 computadoras por semana, las ventas son variadas entre fijas y laptop de diferentes precios y marcas.

**3. ¿Cuál es el nivel de crecimiento de venta de computadoras anualmente?**

De acuerdo a los ingresos que se han obtenido durante el año se ha calculado que las ventas van creciendo en un 10% que es considerado un crecimiento normal que garantice la permanencia de la empresa dentro del mercado.

**4. ¿Qué tipo de productos informáticos comercializa?**

El hecho de ser una empresa que se dedica a la venta de productos de este tipo, se ofrece al mercado computadoras para hogar, gama baja, gama media, computadoras familiares, una variedad de todo tipo para satisfacción de los clientes.

**5. ¿Cómo establece los precios de sus productos?**

Para establecer los precios siempre se toma en cuenta a los proveedores y las políticas internas que se refieren a un margen de ganancia y costo operativo que es de un 30 a 40% a favor de la empresa.

**6. ¿Cuáles son sus proveedores?**

Se tiene proveedores ya definidos quienes se encargan de entregar todos los productos necesarios para la venta, son comerciantes mayoritarios como Tecnomega, XPC, entre otros que están a disposición en el mercado.

**7. ¿Cómo considera la competencia de la venta de computadoras?**

Actualmente la competencia se encuentra en un nivel medio donde se ha visto la presencia de pequeñas empresas dedicadas a este tipo de negocios, por tal razón la empresa ha tomado en cuenta brindar un mejoramiento en la venta de su producto, ayudando al cliente a elegir un equipo de calidad.

**8. ¿Considera rentable este negocio?**

El negocio se lo considera muy rentable porque a pesar del crecimiento de la competencia la empresa se ha preocupado en tomar medidas necesarias para poder lograr mantener fidelidad en su clientela.

**9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para hacer conocer sus productos y servicios?**

Cada año la empresa realiza un presupuesto que será invertido en la publicidad radial, internet, prensa y material publicitado, el mismo contiene información sobre los diferentes productos que la empresa dispone para el cliente.

**EMPRESA: WORLD COMPUTERS**

**1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?**

Esta empresa lleva ofreciendo sus productos más de 15 años, al inicio de sus actividades no tenía mucha acogida en el mercado, pero sin embargo con el pasar del tiempo ha logrado ser reconocido a través de las diferentes aplicaciones de estrategias que han permitido el crecimiento y reconocimiento como una de las mejores distribuidoras.

**2. ¿Cuál es el promedio de ventas de computadoras semanalmente?**

Se puede decir que un promedio de ventas de cada semana es de 25 computadoras, las mismas son adquiridas por clientes de instituciones privadas, públicas y personas particulares quienes acuden a la empresa por conocer y adquirir el equipo.

**3. ¿Cuál es el nivel de crecimiento de venta de computadoras anualmente?**

Según las ventas realizadas durante el año sea logrado un crecimiento en ventas del 10 al 15%, porque una de las políticas de la empresa es mantener un nivel de ventas estable que garantice la solvencia económica.

**4. ¿Qué tipo de productos informáticos comercializa?**

La empresa se caracteriza por vender una variedad de productos que esté de acuerdo a las necesidades del cliente entre los más importantes están las computadoras para hogar, gama baja, gama media, poco gama alta, que son los más solicitados en el mercado.

**5. ¿Cómo establece los precios de sus productos?**

La forma de establecer los precio lo realizan en base a al precio que entregan los proveedores como también se toman en cuenta las políticas internas que van 30 a 40% de margen de ganancia que es aceptado pero en su mayoría lo consideran del 35% en adelante

**6. ¿Cuáles son sus proveedores?**

Los proveedores más importantes con los que se trabaja son: TECNOMEGA, INTCOMEX y otros, quienes ofrecen productos con precios más cómodos y de calidad.

**7. ¿Cómo considera la competencia de la venta de computadoras?**

La competencia se encuentra en un nivel medio, porque actualmente este tipo de negocios se han extendido muchos por los avances tecnológicos que se presenta.

**8. ¿Considera rentable este negocio?**

El negocio es considerado muy rentable, porque las ventas crecen constantemente, ya que cada persona adquiere cualquier producto que ya se ha mencionado anteriormente.

**9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para hacer conocer sus productos y servicios?**

Para dar a conocer sus productos los medios de comunicación que más utilizan son la televisión porque es un medio de información que mayor frecuencia tiene en las personas, también encontramos la radio, internet, prensa y material publicitario donde se informa de los productos y las características específicas de cada uno de ellos.

**EMPRESA: HARD TECHNOLOGIS**

**1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?**

Esta actividad la llevan desarrollando más de 8 años, el servicio y la calidad del producto que ofrecen han sido los principales factores para mantenerse en el mercado competitivo, siendo así una empresa prestigiosa en sus actividades.

**2. ¿Cuál es el promedio de ventas de computadoras semanalmente?**

El promedio de venta por cada semana es de 20 computadores, la venta de este producto es de distintas marcas como también de diferentes características que posee, esto depende mucho de las necesidades de cada uno de los clientes.

**3. ¿Cuál es el nivel de crecimiento de venta de computadoras anualmente?**

Según las ventas realizadas en el año se ha conocido que el nivel de crecimiento es del 10%, un porcentaje considerable, esto quiere decir que las ventas son representativas para que la empresa se mantenga en una estabilidad normal.

**4. ¿Qué tipo de productos informáticos comercializa?**

La mayoría de los productos que se comercializan son los que mayor demanda presentan como, computadoras para hogar, gama baja, gama media poca gama alta, en escritorio y portátiles, son productos que el cliente busca en mayor cantidad.

**5. ¿Cómo establece los precios de sus productos?**

Los precios de los productos que se vende se lo realiza de acuerdo a los a proveedores y política interna que la empresa estable que va en un 30 a 40% de margen de ganancia como también se toman en cuenta los costos y gastos realizados.

**6. ¿Cuáles son sus proveedores?**

La empresa tiene mayor negociación con las comercializadoras mayoristas como Tecnomega, XPC, y otros, son empresas de mayor prestigio en proveer este tipo de productos.

**7. ¿Cómo considera la competencia de la venta de computadoras?**

La competencia actual la considera baja, ya que la empresa se ha dedicado exclusivamente a brindar un servicio de calidad donde el cliente es lo principal, además han aplicado estrategias para atraer y conservar a sus clientes.

**8. ¿Considera rentable este negocio?**

El negocio es considerado rentable, porque han manejado de manera adecuada toda la cartera de clientes que poseen, tomando en cuenta sus necesidades y buscando nuevos mecanismos para poder conservar una estabilidad en ventas.

**9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para hacer conocer sus productos y servicios?**

Los medios de comunicación que más utilizan para informar sobre la variedad de productos que la empresa posee es la radio por ser un medio publicitario que mayor frecuencia tiene, además por tener un costo

razonable que está al alcance del presupuesto de la empresa, también toman en cuenta el internet, prensa, material publicitario, dependiendo las temporadas de más movimiento.

## **EMPRESA: MOVICOM**

### **1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?**

En la actividad llevan trabajando más de 5 años, la empresa ha tenido desde un inicio buena acogida en el mercado consumidor, esto ha sido lo principal para que se mantenga brindando el servicio hasta la actualidad.

### **2. ¿Cuál es el promedio de ventas de computadoras semanalmente?**

Un promedio de ventas que realiza la empresa por cada semana es de 15 computadores, según los vendedores realizan varias cotizaciones de ventas pero no todas llegan a concluirse, las computadoras vendidas tienen diferentes formas de pago ya sea al contado o a crédito personal.

### **3. ¿Cuál es el nivel de crecimiento de venta de computadoras anualmente?**

El nivel de venta que presenta la empresa se encuentra de 8 al 12% anualmente, este incremento se lo toma en cuenta en base a las ventas concretadas durante el periodo.

### **4. ¿Qué tipo de productos informáticos comercializa?**

Los productos informáticos que comercializan son computadoras para hogar, gama baja, gama media, esta selección se la realizó en base a un breve estudio sobre la preferencia de equipos que mayor demanda presenta en el cliente.

### **5. ¿Cómo establece los precios de sus productos?**

Para el precio de los productos toman en cuenta el valor de los proveedores como también las políticas internas de ganancia en cada producto.

**6. ¿Cuáles son sus proveedores?**

Los proveedores con los que trabajan son comercializadora mayoristas como XPC, INTCOMEX quienes entregan sus pedidos en el tiempo previsto también cuentan con otros que en menor frecuencia actúan.

**7. ¿Cómo considera la competencia de la venta de computadoras?**

Casi no ha influido mucho la presencia de pequeñas empresas que se dedican a la misma actividad, por tal razón se determina que la competencia es media, porque no cumplen con un servicios de calidad en la venta de los productos, no brinda un adecuado asesoramiento a sus clientes.

**8. ¿Considera rentable este negocio?**

El contar con negocios similares no han bajado las ventas esta actividad sigue siendo rentable porque cada día las personas requieren mantenerse con el equipo necesario para utilizar la tecnología en sus trabajos.

**9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para hacer conocer sus productos y servicios?**

El medio de comunicación que se utiliza constantemente es en primera instancia es la radio este medio brinda resultados favorables para el incremento de ventas, también en ocasiones remotas se requiere del medio de información de internet, prensa y material publicitario dependiendo el presupuesto que se tenga para la contratación de publicidad.

**EMPRESA: VASQUIN**

**1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?**

La empresa VASQUIN lleva un tiempo de funcionamiento más de 8 años, la misma se ha dedicado a brindar la venta de productos acompañado de un breve asesoramiento donde el cliente se sienta confiado para realizar su compra, este ha sido un aspecto importante para que aun se mantenga en el mercado.

**2. ¿Cuál es el promedio de ventas de computadoras semanalmente?**

Según el representante de la empresa la venta promedio que realizan durante una semana asciende a 15 computadoras, la venta de este equipo es de diferentes marcas dependiendo el gusto y las necesidades del cliente.

**3. ¿Cuál es el nivel de crecimiento de venta de computadoras anualmente?**

Como crecimiento anual de las ventas de computadoras se tiene el 10%, que representa un porcentaje importante para la estabilidad y solvencia económica de la empresa.

**4. ¿Qué tipo de productos informáticos comercializa?**

Esta empresa se ha dedicado especialmente a la venta de computadoras para el hogar, gama baja, gama media, y en mínima cantidad en gama alta, aunque la demanda actual acoge a todo el producto ofrecido por la empresa.

**5. ¿Cómo establece los precios de sus productos?**

Los precios para los distintos productos que la empresa ofrece están de acuerdo al de los proveedores como también se toma en cuenta la política interna donde es permitido aplicar del 30 a 40% de margen de ganancia legal.

**6. ¿Cuáles son sus proveedores?**

Actualmente se cuenta con dos proveedores definidos Tecnomega, INTCOMEX, porque son comercializadores que brinda mejores condiciones de pago y más garantía para los productos adquiridos, en ocasiones se opta por otros que ofrecen productos similares.

**7. ¿Cómo considera la competencia de la venta de computadoras?**

La competencia es considerada alta en la venta de computadores, porque algunas personas han abierto pequeños negocios donde venden productos similares y a distintos precios, y brindando mejores servicios al momento de adquirir un producto.

**8. ¿Considera rentable este negocio?**

En el caso de este negocio consideran que la actividad que realizan es rentable, porque están pendientes constantemente de realizar los cambios necesarios para que el cliente no opte por acudir a otra empresa.

**9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para hacer conocer sus productos y servicios?**

Para dar a conocer sus productos y servicios utilizan el radio seguido por el internet, finalmente la prensa y materiales publicitarios, estos medios tienen la finalidad de llegar al cliente principal, para que acuda a adquirir el producto.

**EMPRESA: MICRODATA**

**1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?**

Esta empresa lleva realizando sus actividades más de 5 años, manifiesta que la venta de productos que realizan y la fidelidad de sus clientes ha implicado para que el negocio se mantenga en marcha y no esté en peligro de presentar problemas futuros.

**2. ¿Cuál es el promedio de ventas de computadoras semanalmente?**

En este caso el representante manifiesta que el promedio de venta de computadores es de 10 semanales, menciona que las ventas han influido mucho en la necesidad que tantos profesionales, estudiantes y demás personas tienen en poseer este producto para realizar sus distintas actividades.

**3. ¿Cuál es el nivel de crecimiento de venta de computadoras anualmente?**

El nivel de ventas se ha mantenido en un 10 % de crecimiento, considerando que se encuentra en una estabilidad normal donde la empresa obtiene ganancias para cubrir sus costos necesarios para seguir operando.

**4. ¿Qué tipo de productos informáticos comercializa?**

El tipo de producto que se comercializa son los más utilizados por los clientes entre ellos está las computadoras para el hogar, gama baja, gama media, para la venta de cada producto en el momento que el cliente nos visita se le asesora con la finalidad de proporcionarle suficiente información sobre el producto que desee.

**5. ¿Cómo estable los precios de sus productos?**

El producto que está disponible para la venta se le establece un precio de acuerdo a los valores que el proveedor entrega, también de acuerdo a las políticas internas que van desde el 30 al 40% del margen de ganancia tomando en cuenta los costos operativos.

**6. ¿Cuáles son sus proveedores?**

Cuentan con un proveedor que les abastece de los productos necesarios para ofrecer a sus clientes en pocas ocasiones buscan los productos en otras comercializadoras que disponen de los mismos equipos.

**7. ¿Cómo considera la competencia de la venta de computadoras?**

La competencia de este tipo de actividad se encuentra en un nivel medio, porque ha dependido mucho de la empresa para que no sienta el peso de otras empresas que ofrecen productos similares con mayores garantías, el trabajo que han realizado es cuidar especialmente sus clientes fijos ofreciendo facilidades de pago en los distintos productos que compran.

**8. ¿Considera rentable este negocio?**

El negocio es muy rentable, porque se han preocupado en buscar nuevas soluciones a las diferentes necesidades que sus clientes poseen como es en el caso de ofrecer un asesoramiento profesional sobre el equipo que van adquirir, esto ha permitido que la empresa sea más conocida.

**9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para hacer conocer sus productos y servicios?**

Los medios de comunicación que frecuentemente se utilizan son la radio e internet medios que tiene mayor preferencia en las personas, también la prensa y materiales publicitarios, estos medios han sido base fundamental para el crecimiento del negocio.

**EMPRESA: POINT**

**1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?**

Esta empresa lleva prestando sus servicios más de 3 años, durante el tiempo se ha destacado por brindar productos y servicios de calidad, esta razón ha sido muy influyente para que siga manteniéndose dentro de la competencia.

**2. ¿Cuál es el promedio de ventas de computadoras semanalmente?**

En la semana manifiestan que vende 15 computadoras, de diferentes marcas y modelos, para asegurar su venta ellos se encargan de brindar un breve asesoramiento al cliente para que conozca el producto que va adquirir.

**3. ¿Cuál es el nivel de crecimiento de venta de computadoras anualmente?**

Se ha tenido un nivel de ventas del 10% de crecimiento anual, esto favorece a la empresa porque la mantiene estable y segura de seguir brindando el servicio al mercado.

**4. ¿Qué tipo de productos informáticos comercializa?**

Los productos informáticos que comercializan son computadores de gama baja, gama media, la empresa se ha caracterizado por contener este producto donde el cliente pueda conseguir con mayor facilidad.

**5. ¿Cómo establece los precios de sus productos?**

La venta del producto lo realiza tomando en cuenta los precios de los proveedores, como también las políticas internas que la empresa ha establecido como es establecer un margen de ganancia del 30 al 40%.

**6. ¿Cuáles son sus proveedores?**

La empresa trabaja con los proveedores Tecnomega, XPC, que son comercializadoras de mayor prestigio en brindar una garantía total en los productos, en tiempo de mayor demanda toman en cuenta a otros proveedores que les abastezcan.

**7. ¿Cómo considera la competencia de la venta de computadoras?**

Se puede decir que la competencia de la venta de computadoras se encuentra en un nivel medio, porque no cumplen con las expectativas primordiales que cada cliente busca, es una falla importante que tiene para no lograr hacer competencia fuerte.

**8. ¿Considera rentable este negocio?**

Consideran que el negocio es rentable, porque cada día crece la población que requiere de los productos que ofrecen, ya que actualmente la mayoría de las personas se han vuelto muy dependientes de las computadoras.

**9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para hacer conocer sus productos y servicios?**

Para esta empresa el medio que se utiliza es la televisión, se contrata tiempos donde les permitan dar a conocer sus productos, también se utiliza la radio internet, prensa y material publicitario como estrategias de venta.

**3.8. Identificación del producto y servicio**

La pequeña empresa ofertará al público de la ciudad de Ibarra computadoras en todas sus marcas, así como también accesorios y suministros informáticos, además se contará con un servicio agregado de reparación y mantenimiento de

equipos computacionales, asesoría en compra de equipos y entrenamiento para el uso de equipos, brindando garantía tanto en la compra de los equipos, como en los demás servicios, con la finalidad de crear clientes fieles a la pequeña empresa, con un solo motivo, el de satisfacer sus necesidades y llegar hacia las expectativas que requiere el cliente. A continuación se detalla la lista de equipos y accesorios computacionales a ofrecer:

**ILUSTRACIÓN No.1  
PRODUCTOS Y SERVICIOS**

<b>EQUIPOS DE ESCRITORIO Y ACCESORIOS</b>	
	<p>Computadoras en todas sus marcas: HP, COMPAQ PAVILON, SIRAGON, IBM LENOVO.</p>
	<p>Notebook (portátiles) HP, DELL, Toshiba, ACER, LENOVO, ISONIC, SONY VAIO</p>
	<p>Monitores: CRT o Pantalla Plana TFT Plasma . Marcas: AOC / HP / Samsung / SoneView / SOYO /Fuji</p>
	<p>Teclado, Mouse, Cámaras Digitales, Parlantes, Audífonos, Webcams, Memorias Pen Drive USB, PDA, Memory Card, Reguladores de Voltaje, Disco duro Externo.</p>

## IMPRESORAS Y FOTOCOPIADORAS



Impresora HP Deskjet, Laser jet y a Color, Multifuncionales, Office Jet, Photosmart, Departamentales Impresora Epson Matricial hasta 24 pines y 132 col, MULTIFUNCIONAL, Stylus PHOTO, Acculaser, EPL- Impresoras Lexmark Multifuncionales-fax, Inyección, Láser, Tintas y Tóner, Samsung Laser, CANON, XEROX, HP, EPSON SAMSUNG. Departamentales.

## CONSUMIBLES



Cartuchos, Toner, Cintas, Repuestos Consumibles Epson Cartuchos Stylus, Epson Cinta ERC, Epson Toner, repuestos. Consumibles HP Cartuchos de tinta, Toner, Repuestos Consumibles Hewlett Packard Fusor kit p, kit de transferencia, papel para plotter-photo. Consumibles Lexmark Cartuchos Negro; color, Tricolor, fotográfico, Cinta, Fusor, en todas las marcas XEROX CANON, EPSON,HP, LEXMARK

## MEMORIAS



Kingston/MarkVision/Centon/Samsung//Spectek, portable USB Flash Drive, Memory Flash Card, Secure Digital Card, Micro y Mini SD, Pen Drive USB, MP3, MP4, IPOD, Bluetooth, Memory Key Kingston o pen Drive Puerto USB, Disco Duros portátiles USB,

## SERVICIOS DE INSTALACION Y SOPORTE

Soporte Técnico y Mantenimiento a equipos de Computación, Instalaciones de hardware y software. Consultoría en informática (entrenamiento y asesoría en compras de equipos), personal Certificado por Microsoft, Configuración de Servidores, terminales, Firewall, e-mail, Seguridad Instalación, configuración y mantenimiento de cableado y puntos de red, redes inalámbricas, etc., Diseño, implementación y hospedaje de páginas Web, e-business, desarrollo de aplicaciones sencillas, funcionales y fáciles de usar

Elaborado por: El autor

Manejamos las mejores marcas en tecnologías:

## ILUSTRACIÓN No. 2 MARCAS



Elaborado por: El autor

### 3.9. Segmentación de mercado

**CUADRO No.37**  
**SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

<b>SEMENTACIÓN GEOGRÁFICA</b>	<b>SEGMENTOS DEL MERCADO</b>
Provincia	Imbabura
Cantón	Ibarra
Zona	Urbana
<b>SEMENTACIÓN DEMOGRÁFICA</b>	
Género	Masculino-Femenino
<b>SEMENTACIÓN PSICOGRÁFICA</b>	
Clase social	Medio, medio alto, alto
<b>SEMENTACIÓN CONDUCTUAL</b>	
Beneficios	Calidad Servicio Precio Disponibilidad en el mercado

Elaborado por: El autor

### 3.10. Mercado meta

El mercado meta para el producto y los servicios que brindará la pequeña empresa son las familias de la ciudad de Ibarra, cuando se posicione en el mercado la cobertura será regional.

### 3.11. Análisis de la demanda

El estudio de la demanda corresponde en determinar las características de los compradores de computadores y sus servicios. Para esto se investigó a través de encuestas a las familias de la ciudad de Ibarra de extracto social medio, medio alto y alto.

### 3.11.1. Identificación de la demanda actual

Tomando en cuenta que la mayor parte de la población investigada posee un computador en promedio por hogar, se ha considerado que la demanda potencial es de 24.451 computadoras, para establecer la demanda efectiva se tomó como base la investigación de campo efectuada a la población, específicamente en la pregunta número 5, donde se indaga acerca de la disposición de adquirir o renovar el equipo de cómputo. De ahí que la demanda actual es la siguiente:

**CUADRO No.38**  
**DEMANDA ACTUAL EN No. DE COMPUTADORAS**

<b>HABITANTES CIUDAD IBARRA (clase social media – media alta – alta)</b>	<b>NUMERO DE FAMILIAS (4 miembros)</b>	<b>INVESTIGACIÓN DE CAMPO (Adquirirán o renovaran equipo de computo)</b>	<b>DEMANDA ACTUAL EN No. DE COMPUTADORAS</b>
97.805	24.451	48%	<b>11.736</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: El autor

En el cuadro anterior existe una demanda efectiva significativa, debido a que es un producto muy necesario en diferentes actividades.

En relación a los servicios, la mayor parte población prefiere y necesita el servicio de mantenimiento, seguido por el entrenamiento para el uso de los equipos y finalmente el servicio de asesoría en la compra de equipos.

### 3.11.2. Proyección de la demanda

Para obtener la proyección de demanda de computadoras se aplicó un crecimiento del 10%, el cual representa el crecimiento de la demanda de este producto en los últimos años, dato extraído de la investigación de campo efectuada a través de entrevistas a los locales comerciales de venta de equipos informáticos de la ciudad e Ibarra.

Para dicha operación se aplicó la siguiente fórmula:

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Dónde:

$D_n$  = Demanda Futura

$D_o$  = Demanda determinada en las encuestas

$i$  = Tasa de Crecimiento

$n$  = Año Proyectado

#### **AÑO 2014**

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 11.736(1 + 0,1)^1$$

$$D_n = 12.910$$

#### **AÑO 2015**

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 11.736(1 + 0,1)^2$$

$$D_n = 14.201$$

#### **AÑO 2016**

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 11.736(1 + 0,1)^3$$

$$D_n = 15.621$$

#### **AÑO 2017**

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 11.736(1 + 0,1)^4$$

$$D_n = 17.183$$

#### **AÑO 2018**

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 11.736(1 + 0,1)^5$$

$$D_n = 18.902$$

**CUADRO No.39**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN No. DE COMPUTADORAS**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN No. DE COMPUTADORAS</b>
2014	12.910
2015	14.201
2016	15.621
2017	17.183
2018	18.902

Elaborado por: El autor

### 3.12. Análisis de la oferta

Este análisis permite identificar el comportamiento de los ofertantes de equipos informáticos en el área de influencia del proyecto.

#### 3.12.1. Identificación de la oferta actual

La oferta actual se la planteó en base a la información obtenida a través de las entrevistas efectuadas a los representantes de las empresas que comercializan equipos informáticos en la ciudad de Ibarra. A continuación los resultados.

**CUADRO N.40**  
**OFERTA ANUAL EN No. DE COMPUTADORAS**

<b>EMPRESAS</b>	<b>PROMEDIO DE VENTAS SEMANALES EN No. DE COMPUTADORAS</b>	<b>PERIODO DE VENTA</b>	<b>OFERTA ANUAL EN No. DE COMPUTADORAS</b>
Novatec	20	52	1.040,00
World Computers	25		1.300,00
Hard Technologis	20		1.040,00
Movicom	15		780,00
Vasquin	15		780,00
Microdata	10		520,00
Point	15		780,00
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>		<b>52</b>

**FUENTE:** Investigación de campo

**ELABORADO POR:** El autor

### 3.12.2. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta de computadoras se la obtuvo aplicando un crecimiento del 10%, el cual representa el crecimiento de las ventas de equipos informáticos en los últimos años, dato extraído de la investigación de campo.

Utilizando la siguiente la fórmula.

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

Dónde:

$O_n$ = Oferta Futura

$O_o$ = Oferta determinada en la investigación

$i$ = Tasa de Crecimiento

$n$ = Año Proyectado

#### AÑO 2014

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 6.240(1 + 0,1)^1$$

$$O_n = 6.864$$

#### AÑO 2015

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 6.240(1 + 0,1)^2$$

$$O_n = 7.550$$

#### AÑO 2016

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 6.240(1 + 0,1)^3$$

$$O_n = 8.305$$

#### AÑO 2017

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 6.240(1 + 0,1)^4$$

$$O_n = 9.136$$

**AÑO 2018**

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 6.240(1 + 0,1)^5$$

$$O_n = 10.050$$

**CUADRO No.41  
PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN No. DE COMPUTADORAS**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN No. DE COMPUTADORAS</b>
2014	6.864
2015	7.550
2016	8.305
2017	9.136
2018	10.050

Elaborado por: El autor

### **3.13. Demanda insatisfecha**

En esta parte se contrastó la demanda con oferta para determinar si existo o no mercado para el producto a comercializar.

**CUADRO No.42  
DEMANDA INSATISFECHA EN No. DE COMPUTADORAS**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN No. DE COMPUTADORAS</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN No. DE COMPUTADORAS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA EN No. DE COMPUTADORAS</b>
2014	12.910	6.864	6.046
2015	14.201	7.550	6.651
2016	15.621	8.305	7.316
2017	17.183	9.136	8.047
2018	18.902	10.050	8.852

Elaborado por: El autor

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, si existe mercado para el proyecto, debido a que la demanda supera a la oferta, en otras palabras la oferta no cubre a la demanda existente en la actualidad.

### **3.14. Demanda a captar por el proyecto**

Para plantear la demanda a captar por el proyecto se tomó como base la capacidad de la pequeña empresa en proveerse de mercadería, según su disponibilidad de recursos financieros y la existencia de mercado para la comercialización, de ahí que para el primer año de actividades la pequeña empresa captará un 9% ( $520/6.046 \times 100$ ) de la demanda insatisfecha.

**CUADRO No.43  
DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA EN No. DE COMPUTADORAS</b>	<b>DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN No. DE COMPUTADORAS</b>	<b>DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %</b>
2014	6.046	520	9%

Elaborado por: El autor

### **3.15. Análisis de precios**

Para el análisis de precios se efectuó una observación directa, a la competencia como también se investigó los precios de los proveedores mayoristas, tales como: Tecnomega, XPC, entre otros, llegando a determinar que los precios de los computadores que se comercializan en la ciudad de Ibarra se encuentran fijados con un margen de ganancia del 30 al 40 % en los diferentes productos. Hay que recalcar que en su mayoría están del 35% en adelante.

#### **3.15.1. Determinación de precios**

Para la determinación de los precios que aplicará la pequeña empresa a los productos a comercializarse, se tomó en cuenta el precio que los proveedores nacionales aplican, como también los precios de la competencia, de igual manera se efectuó un análisis de los costos y gastos operativos. De ahí que para ingresar al mercado se aplicará un margen de ganancia al precio del proveedor del 30% para ser competitivos y no involucrar la percepción de los clientes al relacionar el

precio con la calidad del equipo. A continuación se presenta los precios del proveedor y el precio final que aplicará la pequeña empresa.

**CUADRO No. 44  
DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE LAS COMPUTADORAS**

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO DEL PROVEEDOR</b>	<b>MARGEN DE GANANCIA</b>	<b>PRECIO DE LA PEQUEÑA EMPRESA</b>
Computador de escritorio	470,00	30%	611
Computador portátil 12"	380,00	30%	494
Computador portátil 14"	530,00	30%	689
Computador portátil 17"	620,00	30%	806
Computador portátil 20"	710,00	30%	923

**FUENTE:** Proveedores y análisis de mercado y financiero

**ELABORADO POR:** El autor

**CUADRO No.45  
DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE LOS REPUESTOS Y ACCESORIOS**

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO DEL PROVEEDOR</b>	<b>MARGEN DE GANANCIA</b>	<b>PRECIO DE LA PEQUEÑA EMPRESA</b>
Impresoras	70	30%	91,00
Teclados	9	30%	11,70
Mouse	5	30%	6,50
Parlantes	8	30%	10,40
Tintas/Toners	15	30%	19,50
Audífonos	6	30%	7,80
Webcams	11	30%	14,30
Memory flash	7	30%	9,10

**FUENTE:** Proveedores y análisis de mercado y financiero

**ELABORADO POR:** El autor

### **3.15.2. Proyección de precios**

La proyección de los precios se obtuvo con base a la inflación del 4,16% del año 2012, cuyo índice permite tener el pronóstico que se tendrá de los precios a futuro.

**CUADRO No.46  
PROYECCIÓN DEL PRECIO DE LAS COMPUTADORAS**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Computador de escritorio	611	636,42	662,89	690,47	719,19
Computador portátil 12"	494	514,55	535,96	558,25	581,47
Computador portátil 14"	689	717,66	747,52	778,61	811,00
Computador portátil 17"	806	839,53	874,45	910,83	948,72
Computador portátil 20"	923	961,40	1001,39	1043,05	1086,44

Elaborado por: El autor

**CUADRO No.47  
PROYECCIÓN DEL PRECIO DE LOS REPUESTOS Y ACCESORIOS**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Impresoras	91	94,79	98,73	102,84	107,11
Teclados	11,7	12,19	12,69	13,22	13,77
Mouse	6,5	6,77	7,05	7,35	7,65
Parlantes	10,4	10,83	11,28	11,75	12,24
Tintas/Toners	19,5	20,31	21,16	22,04	22,95
Audífonos	7,8	8,12	8,46	8,81	9,18
Webcams	14,3	14,89	15,51	16,16	16,83
Memory flash	9,1	9,48	9,87	10,28	10,71

Elaborado por: El autor

### **3.16. Análisis de competidores**

Los principales competidores que existen a nivel de la ciudad de Ibarra son:

- Novatec
- World Computers
- Hard Technologis
- Movicom
- Vasquin
- Microdata
- Point

Estas empresas presentan algunas falencias al momento de comercializar los productos, como son:

- Precios altos en los productos y servicios.
- La atención y servicio al cliente no es personalizada.
- La inexistencia de seguimiento postventa.
- Las promociones son eventuales.
- La falta de variedad en los productos.

### **3.17. Estrategias de comercialización**

Las estrategias de comercialización es una herramienta muy importante que se utiliza con la finalidad de alcanzar metas por medio de la combinación de elementos como son: el precio, productos, promoción y plaza.

El conocimiento de una buena mezcla de marketing permite que la pequeña empresa pueda actuar de forma planificada y coherente para satisfacer las necesidades del consumidor y así conseguir un beneficio mutuo.

#### **3.17.1. Producto**

El producto que la pequeña empresa Compu Click va a ofertar al público es la venta de computadoras, servicio de mantenimiento, entrenamiento, asesoría en compra de equipos, para ofrecer un producto y servicios de calidad, la pequeña empresa se basa en los siguientes aspectos:

- Que el producto, en este caso las computadoras y accesorios sean de buena calidad y de marcas reconocidas.
- Que los servicios y productos a ofrecer cumplan con las expectativas que el cliente desea.
- Contar con personal capacitado para asesorar al cliente en la compra de computadoras.
- Garantizar la compra de los productos por un lapso de tiempo.
- Que el producto se encuentre en correcto estado, con todos sus accesorios.

### **3.17.2. Precio**

El precio que aplicará la pequeña empresa a los productos y servicios a ofertarse se basa en los precios de la competencia, los costos y gastos operativos; como también se ha tomado en cuenta el precio que los proveedores nacionales aplican, es así que la pequeña empresa aplicará un margen de ganancia al precio del proveedor del 30%.

### **3.17.3. Plaza**

La estrategia de plaza consiste en definir el canal de comercialización a utilizar para que el producto o servicio genere mayor demanda.

La pequeña empresa utilizará el canal directo, donde el comprador o vendedor interactúan personalmente. También se utilizará el canal indirecto a través de ventas por internet. Para la ubicación de la pequeña empresa se ha escogido un lugar estratégico en la ciudad de Ibarra el cual posee todas las condiciones para generar mayor demanda.

### **3.17.4. Promoción y publicidad**

Las estrategias de promoción para los clientes serán las siguientes:

- Se establecerá garantía de un año por la compra de un equipo de cómputo completo.
- Se otorgará mantenimiento completamente gratuito por la compra de una computadora durante 6 meses.
- Se financiará el equipo a crédito y al contado.
- Si el cliente paga al contado el equipo, se le otorgará el 10% de descuento.
- Si el cliente paga con tarjeta de crédito, este podrá diferirlo hasta 1 año sin intereses.
- Las personas que realicen mantenimiento y reparación de sus computadoras, recibirán un obsequio gratis.
- Por la compra de una impresora, recibirá completamente gratis una resma de hojas papel bond.

- Por apertura del negocio, por la compra de un computador recibirán un boleto para el sorteo de una bicicleta a fin de mes.
- Por la compra de un equipo de cómputo él envió y transporte será totalmente gratis a cualquier parte de la ciudad.

A continuación se detallan las estrategias de publicidad con la finalidad de atraer a los clientes a la pequeña empresa.

- Se diseñará una página web, en donde el cliente podrá contactarse con la pequeña empresa y realizar pedidos de los equipos que necesite.

### ILUSTRACIÓN No.3 DISEÑO DE PÁGINA WEB



ELABORADO POR: El autor

- Se diseñarán tarjetas de presentación, dando a conocer sus servicios y productos y el lugar en donde se encuentra ubicada la pequeña empresa.

#### ILUSTRACIÓN No.4 TARJETA DE PRESENTACIÓN



ELABORADO POR: El autor

- Se realizarán hojas volantes para dar a conocer a todo el público en general de los productos a ofertar.

#### ILUSTRACIÓN No. 5 HOJAS VOLANTES



ELABORADO POR: El autor

- Se realizará una pancarta gigante vertical, la misma que será colocada en las afueras de las instalaciones de la pequeña empresa.

**ILUSTRACIÓN No. 6  
CARTEL PUBLICITARIO VERTICAL**



**ELABORADO POR:** El autor

- Se realizará publicidad radial y en prensa en un diario de mayor circulación de la ciudad.

**ILUSTRACIÓN No.7  
PUBLICIDAD EN PRENSA**

**COMPUTADORA  
MUY LENTA???**

Venta de Equipo  
y Accesorios de Cómputo

- \* Reparación
- \* Mantenimiento
- \* Actualizaciones
- \* Antivirus
- \* Juegos

**Compu Click**  
y algo más...

Dirección: Colón 10-56 y Bolívar  
E-mail: [compuclick@yahoo.com](mailto:compuclick@yahoo.com)  
Fono: 062 645786  
[www.compuclick.com.ec](http://www.compuclick.com.ec)

ELABORADO POR: El autor

**ILUSTRACIÓN No. 8  
PUBLICIDAD RADIAL**

**YA SE ENCUENTRA EN LA CIUDAD DE IBARRA COMPU CLICK  
PARA CLIENTES EXIGENTES SE OFRECEN COMPUTADORAS,  
LAPTOS, NOTEBOOK, IMPRESORAS, DE ULTIMA GENERACIÓN A  
MUY BAJOS PRECIOS CON TODO INCLUIDO.**

**NUESTROS PRODUCTOS SON LOS MEJORES EN CALIDAD:**

- COMPUTADORAS DUAL CORE, CORE2 DUO, DUO I3, I5, I7, AMD
- LAPTOPS (SONY VAIO, HP, TOSHIBA, ACCER)
- IMPRESORAS CLÁSICAS Y MULTIFUNCIONALES
- SCANERS
- DISCOS DUROS/DISCOS PORTÁTILES
- MEMORIA RAM
- MEMORIA USB
- MONITORES (EN TODAS LAS MARCAS)
- ACCESORIOS PARA PC

**CONSULTE POR NUESTROS PRECIOS DE CALIDAD Y GARANTÍA  
ESTAMOS UBICADOS EN LA CALLE COLÓN 10-56 Y BOLÍVAR**

**CONTÁCTANOS:**

**FONO: 062 645786**

**E-MAIL: [compuclick@yahoo.com](mailto:compuclick@yahoo.com)**

**[www.compuclick.com.ec](http://www.compuclick.com.ec)**

ELABORADO POR: El autor

### **3.18. Conclusiones del estudio de mercado**

Efectuado el análisis de las variables, demanda, oferta, precios y comercialización, se puede concluir lo siguiente:

- La demanda de computadores y servicios informáticos en la ciudad de Ibarra asciende a 11.736 equipos informáticos, debido a que este tipo de producto cada vez presenta nuevas innovaciones tecnológicas, por tal motivo los consumidores adquieren con mayor frecuencia estos equipos para estar actualizados y cubrir sus necesidades en forma eficiente y oportuna.
- Con respecto a la oferta de equipos informáticos se puede decir, que las empresas comercializan 6.240 equipos, por tanto no cubren la demanda existente en la ciudad, como también no existe un buen manejo comercial, lo que provoca que los clientes no estén satisfechos, porque no cubren sus necesidades en su totalidad.
- Los precios que actualmente se manejan en el mercado en relación a equipos computacionales, están determinados en base a política interna de cada empresa comercializadora, de ahí que se puede mencionar que estos no son estandarizados.
- Para la introducción y posicionamiento de la pequeña empresa en el mercado se ha diseñado estrategias comerciales, donde la calidad de sus productos y un talento humano calificado garantizan el éxito al aplicarlas.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### **Presentación**

Para poder realizar un proyecto de inversión, se tiene que seguir una serie de pasos, principalmente se tienen que ver con estudios de variables que inciden en la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

Para que el proyecto sea un éxito, tiene que efectuarse el estudio técnico, el mismo que se lo realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del estudio. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico las características o aspectos que se necesitan para elaborar un producto o brindar un servicio en términos de productividad.

Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita conocer el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación.

Efectuado el análisis del estudio técnico se podrá responder a muchas interrogantes, como por ejemplo: ¿Dónde se llevará a cabo el proyecto?, ¿Qué tamaño deberá tener?, ¿Cuáles es el diseño de instalaciones?, ¿Qué proceso debe utilizar?, ¿Cuánto es el monto de la inversión?.

Contestadas las preguntas anteriores, los inversionistas tendrán un modelo a seguir, para efectuar las actividades de gestión.

#### 4.1. Localización óptima del proyecto

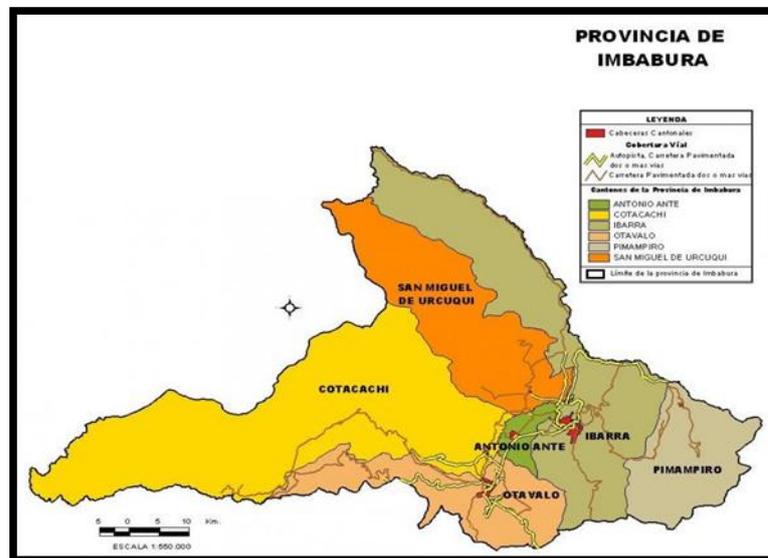
La localización del proyecto comprende el estudio de la macro localización y el de la micro localización. El primero se refiere a la determinación de las zonas o regiones; mientras que el segundo complementa al primero, determinando el lugar específico donde convendrá crear el proyecto.

##### 4.1.1. Macro localización

La macro localización tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. La macro localización del presente proyecto será:

País: Ecuador  
Provincia: Imbabura  
Cantón: Ibarra  
Ciudad: Ibarra

**ILUSTRACIÓN No.9**  
**MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**



FUENTE: Gobierno Provincial de Imbabura

La provincia de Imbabura está limitada al norte con la provincia del Carchi, al este con la de Sucumbíos, al sur con la provincia de Pichincha, y al oeste con la provincia de Esmeraldas.

#### **4.1.2. Micro localización**

La micro localización se hace con el propósito de seleccionar el lugar exacto para instalar el establecimiento empresarial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad y dinámica comercial.

La micro localización del presente proyecto será:

Parroquia: El Sagrario

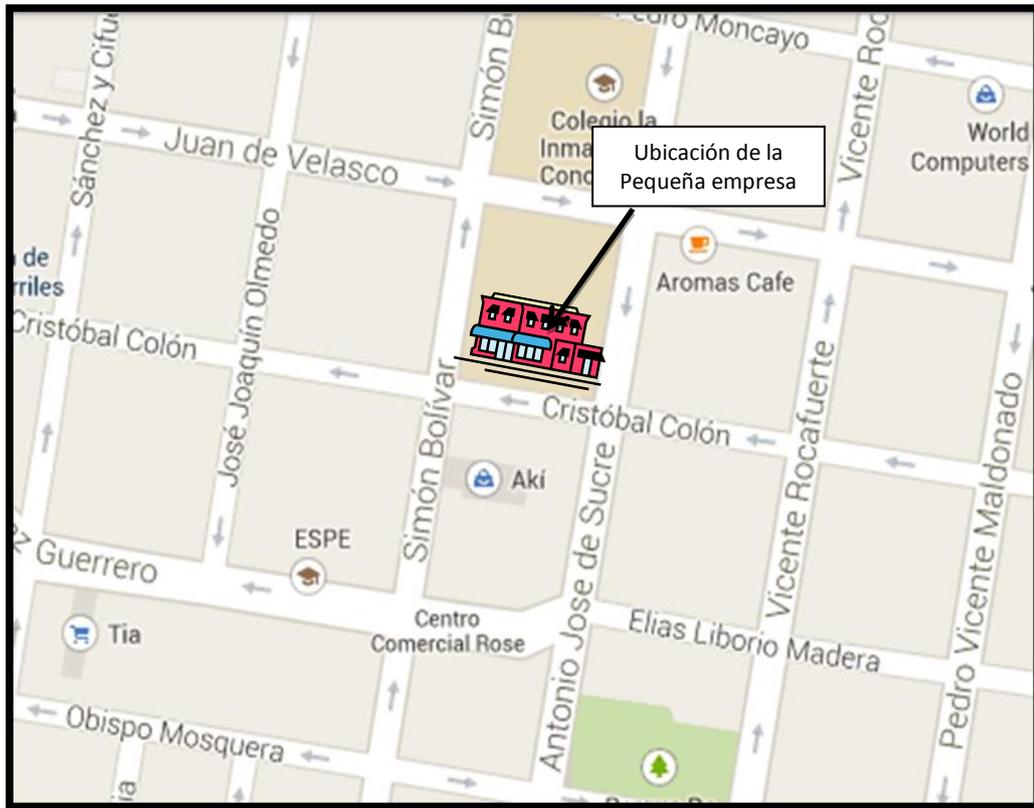
Calle: Colón y Bolívar

#### **Factores que determinan la micro localización del proyecto**

La micro localización del proyecto depende de ciertos factores que benefician al lugar en donde se encuentra instalada la pequeña empresa, para ello se analizaron los siguientes factores:

- **Servicios básicos.** El lugar en donde se instalará la pequeña empresa cuenta con todos los servicios básicos necesarios para su correcto funcionamiento, como son: agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, internet, líneas telefónicas: lo que hace posible que la pequeña empresa haga el buen uso de estos y pueda desempeñar sus funciones con toda normalidad.
- **Seguridad.** Tanto el lugar en donde se encuentra ubicada la pequeña empresa, como en sus instalaciones cuentan con un gran resguardo policial, ya que esta zona cuenta con alarmas comunitarias, ojos de águila, los mismos que podrán acudir de inmediato al llamado de una alarma, así como también el local en donde funcionará también cuenta con un guardia de seguridad, permitiendo contar con un excelente resguardo en lo que se refiere a seguridad tanto para clientes como para los dueños de los locales comerciales.
- **Vías de acceso.** El sitio en donde empezará con sus funciones comerciales cuenta con accesos viales en correcto y buen estado, lo que hace posible de todos los clientes puedan movilizarse ya sea en sus propios vehículos o en trasportes particulares.

## ILUSTRACIÓN No. 10 CRÓQUIS DE MICROLOCALIZACIÓN



FUENTE: Ilustre Municipio de Ibarra

### 4.2. Tamaño del proyecto

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto, se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

El tamaño es la capacidad de comercialización, producción o prestación del servicio, que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento; es decir se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo del proyecto que se está formulando; en este caso será la capacidad de comercialización de computadoras y la prestación de servicios informáticos.

#### 4.2.1. Factores que determinan el tamaño del proyecto

Hay que tomar en cuenta que el presente estudio es un esquema, que sirve de base para poder plantear un programa por el cual la pequeña empresa prestará sus servicios. Por lo que el tamaño está relacionado con la demanda y como poder satisfacerla.

Se analizará temas como: los factores determinantes del tamaño, en donde se definirá el mercado, la disponibilidad de recursos financieros y el recurso humano, disponibilidad de proveedores y capacidad de la pequeña empresa comercializadora de computadoras.

- **Mercado.** El mercado es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto, el tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior. Si el tamaño propuesto fuere igual a la demanda no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso, debido a que existe la posibilidad que dicha demanda se reduzca o desaparezca con el pasar del tiempo.

Como resultado de la investigación de mercado realizada en el capítulo anterior, se detectó una demanda insatisfecha lo suficientemente amplia, ya que los consumidores requieren de equipos que tengan garantía, que sean de calidad y que sobre todo se les ofrezca un asesoramiento al momento de elegir sus equipos informáticos, así como también requieren que sus precios sean cómodos y accesibles.

En la ciudad de Ibarra existe un número limitado que ofrecen equipos computacionales, por lo tanto se puede afirmar que la disponibilidad de mercado no da ningún tipo de restricción que limite la capacidad y alcances que pueda tener la pequeña empresa.

- **Disponibilidad de recursos financieros.** Para la ejecución del presente estudio se contará con recursos propios y con financiamiento de instituciones bancarias. Dentro del sector público existen instituciones financieras, que conceden préstamos con tasas de interés preferenciales para el sector productivo. También en el sector privado se cuenta con entidades financieras cuyo requisito básico para que una persona acceda a éstos préstamos es su capacidad de pago y garantías.
- **Disponibilidad de recurso humano.** Para el presente estudio se requerirá de personal capacitado, que tengan conocimientos en el área informática y dominio del mismo, esto para la prestación de servicios como lo es en el campo de mantenimiento, arreglo de los equipos; entre otros, mientras que en el área de comercialización se necesitará personal con conocimientos en ventas de computadoras, así como también la pequeña empresa necesitará de personal administrativo para que puedan guiar a la pequeña empresa en sus funciones adecuadamente.

Con las características indicadas y tomando como base los niveles de desempleo y subempleo que mantiene el país la facilidad de encontrar recurso humano es una de las ventajas de este proyecto y por lo tanto no limita su capacidad de servicio. Mediante el análisis expuesto anteriormente se puede concluir que si existe mano de obra capacitada que podría ser contratada en el presente proyecto.

- **Disponibilidad de proveedores.** Dentro de la disponibilidad de proveedores de equipos informáticos para la pequeña empresa comercializadora de computadoras, a nivel nacional existen empresas importadoras de prestigio que ofertan productos de calidad y garantía, tales como: TECNOMEGA, XPC, INTCOMEX, entre las más importantes.

- **Capacidad del proyecto**

Para determinar la capacidad del proyecto se tomó en cuenta principalmente la existencia de mercado para el producto como también el dinero para invertir en mercadería, quedando de la siguiente manera:

La pequeña empresa está en capacidad de comercializar 10 equipos semanales y efectuar el mantenimiento a 5 equipos por semana.

#### 4.3. Distribución del área física de la pequeña empresa

La distribución de espacio se refiere a la disposición física de los puestos de trabajo, de sus componentes materiales y a la ubicación de las instalaciones para la atención y servicios tanto para el personal, como para los clientes.

A continuación se detalla el área a utilizar, divididas tanto para el sector administrativo, comercial y operativo.

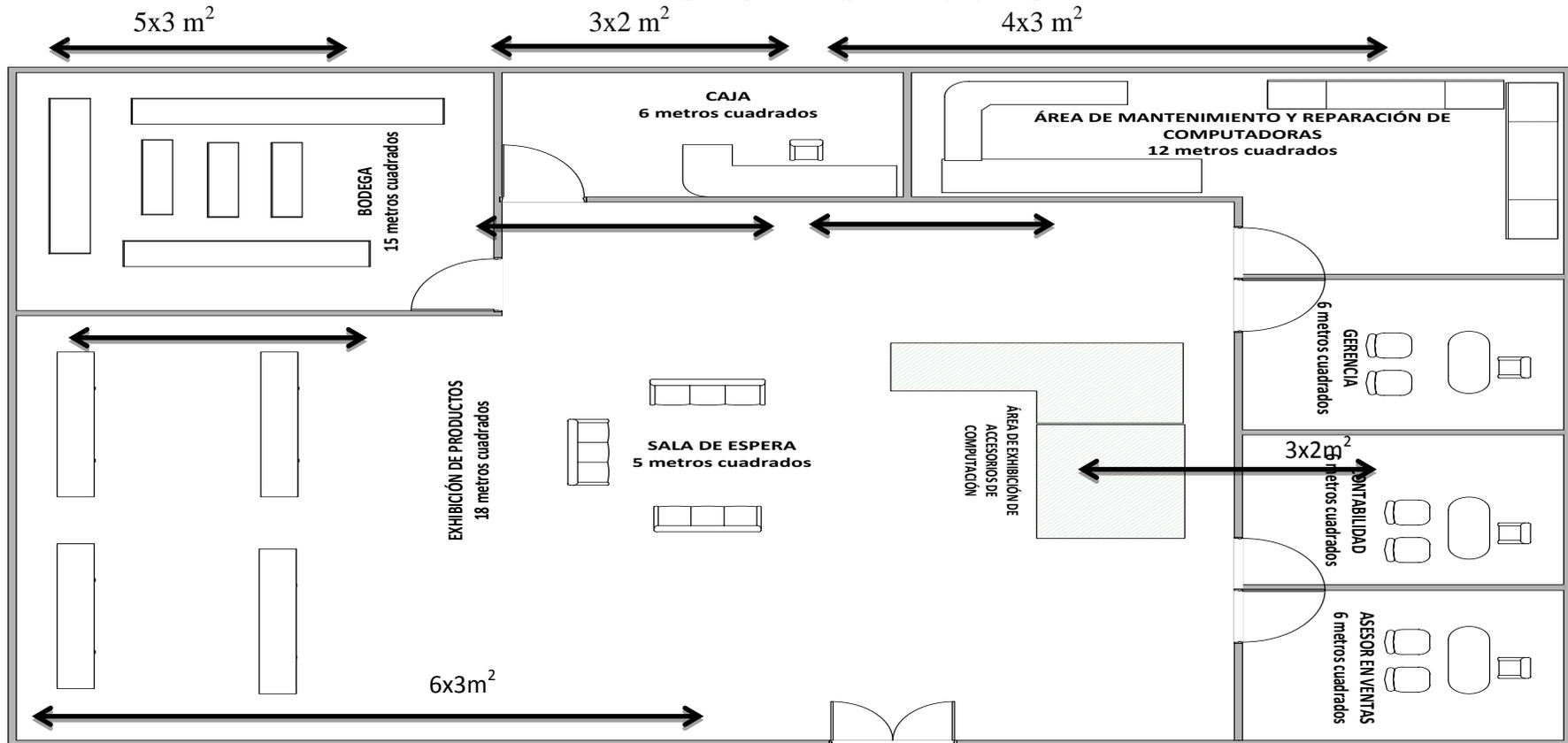
**CUADRO No.48  
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES**

<b>ÁREA</b>	<b>m<sup>2</sup></b>
<b><u>Área Administrativa:</u></b>	
Gerente General	6
Contadora	6
Caja	6
<b><u>Área de Comercialización:</u></b>	
Asesor en ventas	6
Espacio de exhibición	18
<b><u>Área Operativa:</u></b>	
Mantenimiento	12
Bodega	15
Sala de Espera	5
<b>TOTAL</b>	<b>74m<sup>2</sup></b>

ELABORADO POR: El autor

### 4.3.1. Diseño de la planta

ILUSTRACIÓN No.11  
DISEÑO DE INSTALACIONES



ELABORADO POR: Diseñador Gráfico

#### 4.3.2. Diseño frontal

**ILUSTRACIÓN No.12  
DISEÑO FRONTAL**



#### 4.4. Diagrama de flujo

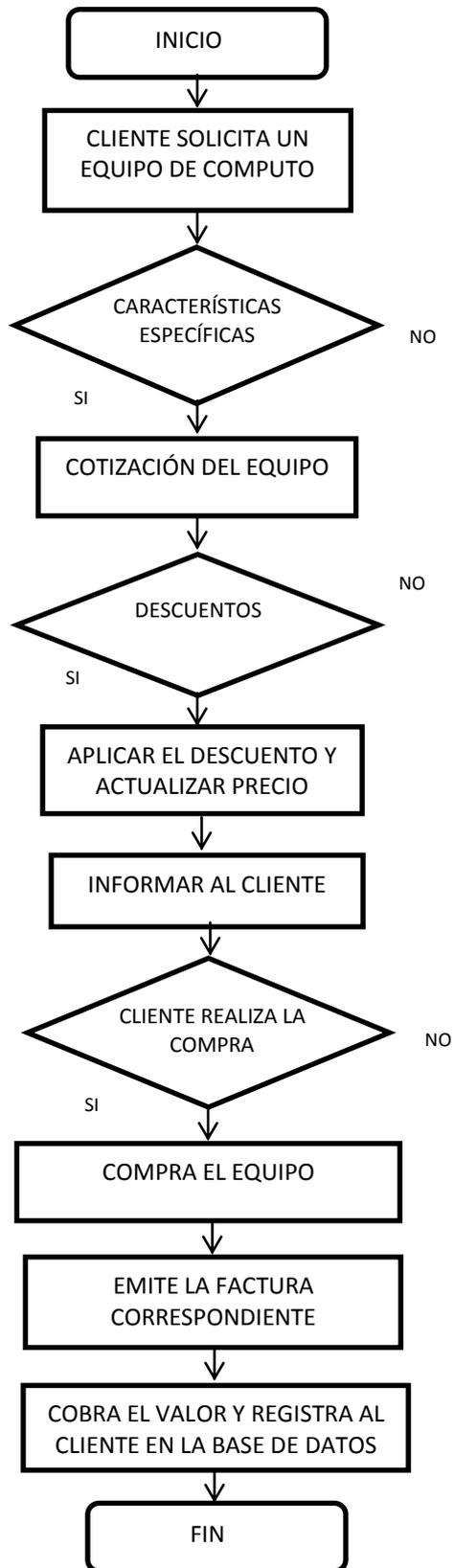
Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso. Este diagrama de flujo ofrece una descripción visual de las actividades implicadas en un proceso mostrando la relación secuencial entre ellas, facilitando la rápida comprensión de cada actividad y su relación con las demás.

**CUADRO No.49  
SIMBOLOGÍA UTILIZADA**

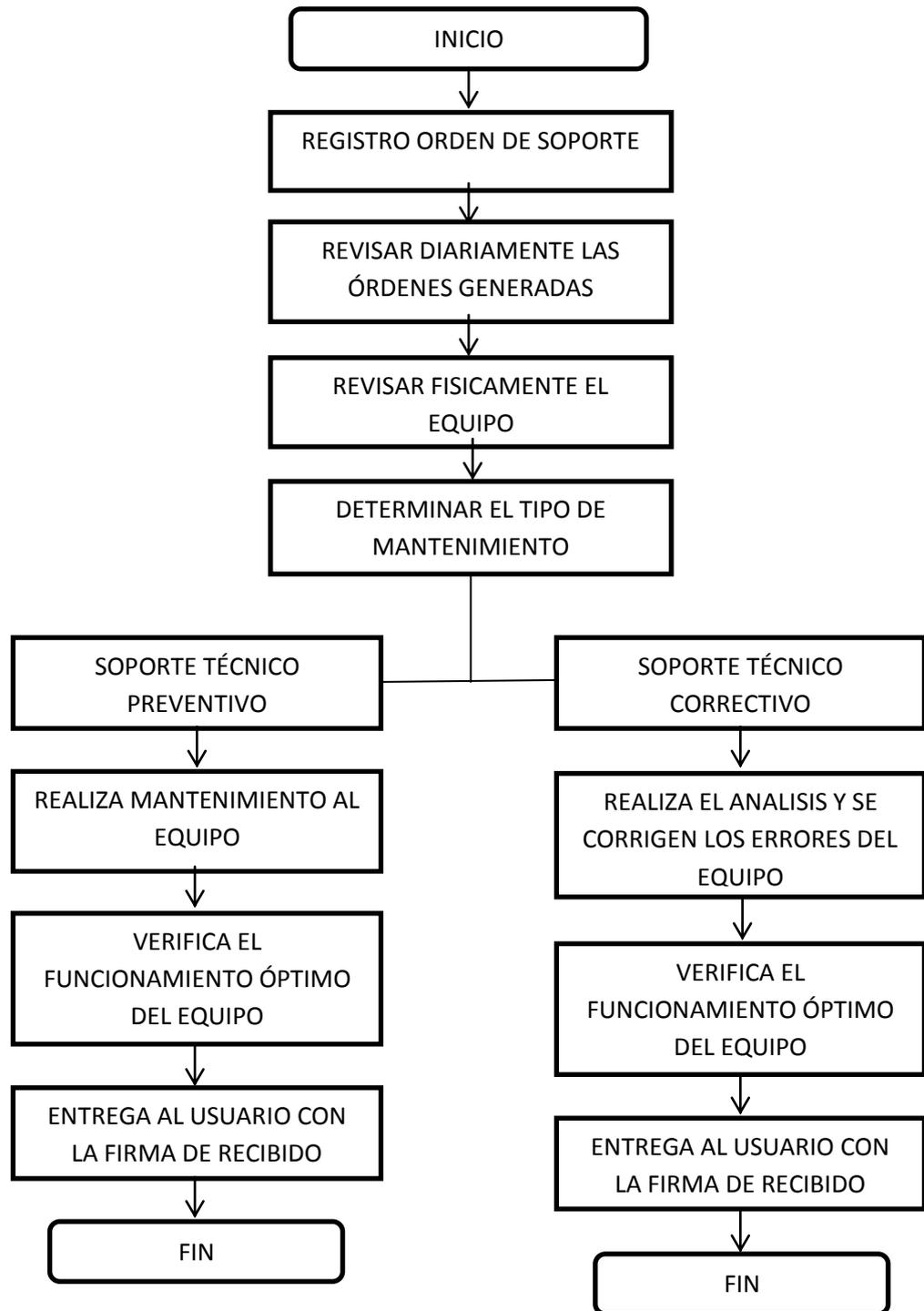
SÍMBOLO	REPRESENTA
	<b>Terminal:</b> Representa el inicio o la terminación del flujo de proceso.
	<b>Actividad:</b> Representa una actividad llevada a cabo en el proceso.
	<b>Decisión:</b> Indica un punto en el flujo en el que se produce un cruce del tipo "SI" - "NO"

**FUENTE:** Investigación Bibliográfica

#### 4.4.1. Diagrama de flujo del proceso de comercialización de computadoras



#### 4.4.2. Diagrama de flujo del proceso de servicios informáticos



#### 4.5. Presupuesto de inversiones

En el presupuesto de inversión, se ha considerado las inversiones necesarias para la ejecución del proyecto, es decir, son los recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha de la pequeña empresa.

##### 4.5.1. Inversiones fijas

Los activos fijos o tangibles son aquellos bienes permanentes exclusivos que la pequeña empresa utilizará sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas o de prestación de servicios.

- **Muebles y enseres**

Los muebles y enseres son necesarios para la realización de cada una de las actividades de los diferentes departamentos.

**CUADRO No.50  
MUEBLES Y ENSERES**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorio modular	3	150,00	450,00
Archivador vertical	3	70,00	210,00
Sillón	5	60,00	300,00
Sillas	8	35,00	280,00
Mesa de trabajo	2	150,00	300,00
Exhibidores	4	140,00	560,00
Vitrinas	3	150,00	450,00
Taburetes	5	18,00	90,00
Mueble para herramientas	1	230,00	230,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.870,00</b>

**FUENTE:** Mobiliario Línea Nueva – Metálicas Vaca

**ELABORADO POR:** El autor

- **Herramientas**

Las herramientas son aquellas que sirven para brindar el mantenimiento adecuado de las oficinas.

**CUADRO No.51  
HERRAMIENTAS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Kit de herramientas	1	220,00	220,00
Kit para limpieza interna y externa	1	60,00	60,00
Aspiradora	1	160,00	160,00
Banco mecánico de ensamblaje	1	480,00	480,00
Accesorios adicionales	1	100,00	100,00
Disco duro interno y externo	2	90,00	180,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.200,00</b>

**FUENTE:** Comercial Andrés

**ELABORADO POR:** El autor

▪ **Equipo de computación**

El equipo de computación es aquel equipo de trabajo donde se realiza las diferentes actividades de la pequeña empresa.

**CUADRO No.52  
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador de escritorio Dual Core	3	725,00	2.175,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.175,00</b>

**FUENTE:** Expopapelerí@

**ELABORADO POR:** El autor

▪ **Equipo de oficina**

El equipo de oficina es complementario para una buena gestión de los trabajos administrativos.

**CUADRO No. 53  
EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Multifunción	2	150,00	300,00
Impresora regulada por el SRI	1	120,00	120,00
Teléfono fijo	2	110,00	220,00
Sumadora	2	30,00	60,00
<b>TOTAL</b>			<b>700,00</b>

**FUENTE:** Expopapelerí@

**ELABORADO POR:** El autor

**CUADRO No. 54  
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Muebles y enseres	2.870,00
Herramientas	1.200,00
Equipo de computación	2.175,00
Equipo de oficina	700,00
<b>TOTAL</b>	<b>6.945,00</b>

**ELABORADO POR:** El autor

#### 4.5.2. Capital de trabajo o inversión variable

El Capital de Trabajo está constituido por los valores necesarios para la operación normal del proyecto durante el inicio de las actividades. Estos recursos están presupuestados para un mes.

**CUADRO No.55  
CAPITAL DE TRABAJO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR PARCIAL</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Costo de inventario	22.198,83	
Sueldos operativos	649,75	
<b>Subtotal (CP)</b>		<b>22.848,58</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos administrativos	1.824,60	
Arriendo	2.600,00	
Servicios básicos	55,00	
Servicios de comunicación	70,00	
Suministros de oficina	18,15	
Mantenimiento Computación	15,00	
<b>Subtotal total (GA)</b>		<b>4.582,75</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Sueldo en ventas	500,17	
Publicidad	100,00	
<b>Subtotal total (GV)</b>		<b>600,17</b>
<b>Total</b>		<b>28.031,50</b>
Imprevistos 2%		560,63
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>28.592,13</b>

**FUENTE:** Estudio Financiero

**ELABORADO POR:** El autor

#### 4.5.3. Inversión total

La inversión total del proyecto está compuesta por: fija y variable o capital de trabajo.

**CUADRO No.56**  
**INVERSIÓN TOTAL**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Activos fijos	6.945,00
Capital de trabajo	28.592,13
<b>TOTAL</b>	<b>35.537,13</b>

**FUENTE:** Estudio Financiero  
**ELABORADO POR:** El autor

#### 4.5.4. Financiamiento del proyecto

Para dar inicio a las actividades de pequeña empresa se necesita una inversión que asciende a 35.537,13 dólares, de los cuales 15.537 dólares será de origen propio, y el financiado será de 20.000 dólares, el cual se lo obtendrá a través del Banco Nacional de Fomento.

**CUADRO No.57**  
**FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
Capital Propio	15.537	43,72
Capital Financiado	20.000	56,28
<b>TOTAL</b>	<b>35.537</b>	<b>100,00</b>

**FUENTE:** Estudio de Mercado y Estudio Financiero  
**ELABORADO POR:** El autor

#### 4.5.5. Requerimiento de talento humano

El talento humano que se requiere, para las distintas dependencias es el siguiente:

**CUADRO No.58**  
**REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>No.</b>
Gerente	1
Contadora	1
Cajera	1
Técnico de mantenimiento	1
Vendedor	1
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>

**FUENTE:** Estudio Técnico y Organizativo

**ELABORADO POR:** El autor

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

El presente estudio contiene la información financiera como: ingresos, egresos, estados financieros, y la evaluación de la inversión, cuya información permitirá determinar si el proyecto es o no factible de ejecutarlo.

#### 5.1. INGRESOS

Los ingresos del presente proyecto se encuentran representados por la venta de computadoras y los servicios informáticos. Con base al estudio de mercado se estableció el nivel de preferencia de los productos y servicios informáticos a comercializarse.

**CUADRO No.59**  
**NIVEL DE PREFERENCIA**

AÑO	No. DE COMPUTADORAS	NIVEL DE PREFERENCIA	
		COMPUTADOR DE ESCRITORIO	COMPUTADOR PORTATIL
		64%	36%
2014	520	333	187
2015	572	366	206
2016	629	403	226
2017	692	443	249
2018	761	487	274

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO POR:** El autor

## 5.2. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Para la proyección de los ingresos se tomó en cuenta el estudio de mercado y la capacidad instalada de la pequeña empresa. El precio de los productos y servicios fueron determinados en base a la competencia y al análisis de costos y gastos operativos, con un incremento anual del 4,16% que corresponde a la inflación registrada en el año 2012.

**CUADRO No.60  
PROYECCIÓN DE INGRESOS DE COMPUTADORAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>Computador de escritorio</b>	333	366	403	443	487
Precio unitario	611,00	636,42	662,89	690,47	719,19
<b>Subtotal</b>	<b>203.463,00</b>	<b>232.928,84</b>	<b>267.145,71</b>	<b>305.877,72</b>	<b>350.246,70</b>
<b>Computador portátil 12"</b>	46	51	56	62	68
Precio unitario	494,00	514,55	535,96	558,25	581,47
<b>Subtotal</b>	<b>22.724,00</b>	<b>26.242,07</b>	<b>30.013,52</b>	<b>34.611,59</b>	<b>39.540,28</b>
<b>Computador portátil 14"</b>	47	51	56	62	68
Precio unitario	689,00	717,66	747,52	778,61	811,00
<b>Subtotal</b>	<b>32.383,00</b>	<b>36.600,78</b>	<b>41.860,96</b>	<b>48.274,06</b>	<b>55.148,29</b>
<b>Computador portátil 17"</b>	47	52	57	62	69
Precio unitario	806,00	839,53	874,45	910,83	948,72
<b>Subtotal</b>	<b>37.882,00</b>	<b>43.655,54</b>	<b>49.843,88</b>	<b>56.471,54</b>	<b>65.461,81</b>
<b>Computador portátil 20"</b>	47	52	57	63	69
Precio unitario	923,00	961,40	1.001,39	1.043,05	1.086,44
<b>Subtotal</b>	<b>43.381,00</b>	<b>49.992,63</b>	<b>57.079,28</b>	<b>65.712,07</b>	<b>74.964,33</b>
<b>TOTAL</b>	<b>339.833,00</b>	<b>389.419,87</b>	<b>445.943,35</b>	<b>510.946,99</b>	<b>585.361,41</b>

FUENTE: Estudio de Mercado y Técnico

ELABORADO POR: El autor

**CUADRO No.61**  
**PROYECCIÓN DE INGRESOS DE REPUESTOS Y ACCESORIOS**

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>Impresoras</b>	24	26	29	32	35
Precio unitario	91,00	94,79	98,73	102,84	107,11
<b>Subtotal</b>	<b>2.184,00</b>	<b>2.464,43</b>	<b>2.863,13</b>	<b>3.290,75</b>	<b>3.748,98</b>
<b>Teclados</b>	36	40	44	48	53
Precio unitario	11,70	12,19	12,69	13,22	13,77
<b>Subtotal</b>	<b>421,20</b>	<b>487,47</b>	<b>558,52</b>	<b>634,64</b>	<b>729,90</b>
<b>Mouse</b>	48	53	58	64	70
Precio unitario	6,50	6,77	7,05	7,35	7,65
<b>Subtotal</b>	<b>312,00</b>	<b>358,83</b>	<b>409,02</b>	<b>470,11</b>	<b>535,57</b>
<b>Parlantes</b>	16	18	20	22	24
Precio unitario	10,40	10,83	11,28	11,75	12,24
<b>Subtotal</b>	<b>166,40</b>	<b>194,99</b>	<b>225,67</b>	<b>258,56</b>	<b>293,80</b>
<b>Tintas/Toners</b>	60	66	73	80	88
Precio unitario	19,50	20,31	21,16	22,04	22,95
<b>Subtotal</b>	<b>1.170,00</b>	<b>1.340,54</b>	<b>1.544,40</b>	<b>1.762,90</b>	<b>2.019,86</b>
<b>Audífonos</b>	16	18	20	22	24
Precio unitario	7,80	8,12	8,46	8,81	9,18
<b>Subtotal</b>	<b>124,80</b>	<b>146,24</b>	<b>169,25</b>	<b>193,92</b>	<b>220,35</b>
<b>Webcams</b>	24	26	29	32	35
Precio unitario	14,30	14,89	15,51	16,16	16,83
<b>Subtotal</b>	<b>343,20</b>	<b>387,27</b>	<b>449,92</b>	<b>517,12</b>	<b>589,13</b>
<b>Memory flash</b>	192	211	232	255	281
Precio unitario	9,10	9,48	9,87	10,28	10,71
<b>Subtotal</b>	<b>1.747,20</b>	<b>1.999,98</b>	<b>2.290,51</b>	<b>2.622,31</b>	<b>3.009,90</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6.468,80</b>	<b>7.379,74</b>	<b>8.510,41</b>	<b>9.750,30</b>	<b>11.147,48</b>

FUENTE: Estudio de Mercado y Estudio Financiero

ELABORADO POR: El autor

**CUADRO No.62  
PROYECCIÓN DE INGRESOS POR MANTENIMIENTO**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
No. de Servicios	260	286	315	346	381
Precio por servicio	25	26,04	27,12	28,25	29,42
<b>TOTAL</b>	<b>6.500,00</b>	<b>7.447,44</b>	<b>8.532,98</b>	<b>9.776,75</b>	<b>11.201,80</b>

**ELABORADO POR:** El autor

**CUADRO No.63  
PROYECCIÓN DE INGRESOS CONSOLIDADOS**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Ingresos por computadores	339.833,00	389.419,87	445.943,35	510.946,99	585.361,41
Ingresos por repuestos y accesorios	6.468,80	7.379,74	8.510,41	9.750,30	11.147,48
Ingresos por mantenimiento	6.500,00	7.447,44	8.532,98	9.776,75	11.201,80
<b>Ingresos totales</b>	<b>352.801,80</b>	<b>404.247,04</b>	<b>462.986,74</b>	<b>530.474,04</b>	<b>607.710,70</b>

**ELABORADO POR:** El autor

### **5.3. EGRESOS**

En esta parte se encuentran detallados los egresos que se efectuará para el desenvolvimiento de las actividades de la pequeña empresa.

#### **COSTOS OPERATIVOS**

Son los costos que corresponden al inventario de mercadería y los costos operativos los cuales crecen a la inflación de 4,16%, excepto los sueldos operativos que se encuentran en base a la tendencia del sueldo básico del 9,9% de los últimos 5 años.

### Costo del inventario

El inventario está representado por la cantidad de mercadería que se va adquirir la cual está en relación a las ventas pronosticadas y el costo de los productos fue planteado mediante investigación a los proveedores nacionales de equipos informáticos, tales como: Tecnomega, XPC, INTCOMEX, estos crecen en base a la inflación.

**CUADRO No. 64  
COSTO DEL INVENTARIO DE COMPUTADORAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>Computador de escritorio</b>	333	366	403	443	487
Costo unitario	470,00	489,55	509,92	531,13	553,22
<b>Subtotal</b>	<b>156.510,00</b>	<b>179.176,03</b>	<b>205.496,70</b>	<b>235.290,56</b>	<b>269.420,54</b>
<b>Computador portátil 12"</b>	46	51	56	62	68
Costo unitario	380,00	395,81	412,27	429,42	447,29
<b>Subtotal</b>	<b>17.480,00</b>	<b>20.186,21</b>	<b>23.087,32</b>	<b>26.624,30</b>	<b>30.415,60</b>
<b>Computador portátil 14"</b>	47	51	56	62	68
Costo unitario	530,00	552,05	575,01	598,93	623,85
<b>Subtotal</b>	<b>24.910,00</b>	<b>28.154,45</b>	<b>32.200,74</b>	<b>37.133,89</b>	<b>42.421,76</b>
<b>Computador portátil 17"</b>	47	52	57	62	69
Costo unitario	620,00	645,79	672,66	700,64	729,79
<b>Subtotal</b>	<b>29.140,00</b>	<b>33.581,18</b>	<b>38.341,45</b>	<b>43.439,65</b>	<b>50.355,24</b>
<b>Computador portátil 20"</b>	47	52	57	63	69
Costo unitario	710,00	739,54	770,30	802,35	835,72
<b>Subtotal</b>	<b>33.370,00</b>	<b>38.455,87</b>	<b>43.907,14</b>	<b>50.547,75</b>	<b>57.664,68</b>
<b>TOTAL</b>	<b>261.410,00</b>	<b>299.553,74</b>	<b>343.033,34</b>	<b>393.036,14</b>	<b>450.278,01</b>

FUENTE: Proveedores Tecnomega, XPC, INTCOMEX

ELABORADO POR: El autor

**CUADRO No. 65**  
**COSTO DEL INVENTARIO DE REPUESTOS Y ACCESORIOS**

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>Impresoras</b>	24	26	29	32	35
Costo unitario	70,00	72,91	75,95	79,10	82,40
<b>Subtotal</b>	<b>1.680,00</b>	<b>1.895,71</b>	<b>2.202,41</b>	<b>2.531,34</b>	<b>2.883,83</b>
<b>Teclados</b>	36	40	44	48	53
Costo unitario	9,00	9,37	9,76	10,17	10,59
<b>Subtotal</b>	<b>324,00</b>	<b>374,98</b>	<b>429,63</b>	<b>488,19</b>	<b>561,46</b>
<b>Mouse</b>	48	53	58	64	70
Costo unitario	5,00	5,21	5,42	5,65	5,89
<b>Subtotal</b>	<b>240,00</b>	<b>276,02</b>	<b>314,63</b>	<b>361,62</b>	<b>411,98</b>
<b>Parlantes</b>	16	18	20	22	24
Costo unitario	8,00	8,33	8,68	9,04	9,42
<b>Subtotal</b>	<b>128,00</b>	<b>149,99</b>	<b>173,59</b>	<b>198,89</b>	<b>226,00</b>
<b>Tintas/Toners</b>	60	66	73	80	88
Costo unitario	15,00	15,62	16,27	16,95	17,66
<b>Subtotal</b>	<b>900,00</b>	<b>1.031,18</b>	<b>1.188,00</b>	<b>1.356,08</b>	<b>1.553,74</b>
<b>Audífonos</b>	16	18	20	22	24
Costo unitario	6,00	6,25	6,51	6,78	7,06
<b>Subtotal</b>	<b>96,00</b>	<b>112,49</b>	<b>130,19</b>	<b>149,17</b>	<b>169,50</b>
<b>Webcams</b>	24	26	29	32	35
Costo unitario	11,00	11,46	11,93	12,43	12,95
<b>Subtotal</b>	<b>264,00</b>	<b>297,90</b>	<b>346,09</b>	<b>397,78</b>	<b>453,17</b>
<b>Memory flash</b>	192	211	232	255	281
Costo unitario	7,00	7,29	7,59	7,91	8,24
<b>Subtotal</b>	<b>1.344,00</b>	<b>1.538,44</b>	<b>1.761,93</b>	<b>2.017,16</b>	<b>2.315,31</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4.976,00</b>	<b>5.676,72</b>	<b>6.546,47</b>	<b>7.500,23</b>	<b>8.574,99</b>

FUENTE: Proveedores Tecnomega, XPC, INTCOMEX

ELABORADO POR: El autor

**CUADRO No.66  
COSTO DEL INVENTARIO CONSOLIDADO**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Costo del inventario de computadoras	261.410,00	299.553,74	343.033,34	393.036,14	450.278,01
Costo del inventario de repuestos y accesorios	4.976,00	5.676,72	6.546,47	7.500,23	8.574,99
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>266.386,00</b>	<b>305.230,46</b>	<b>349.579,82</b>	<b>400.536,38</b>	<b>458.853,00</b>

ELABORADO POR: El autor

### Sueldos operativos

Los sueldos operativos crecen en base al 9,9% según la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años.

**CUADRO No.67  
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

<b>No.</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
1	Técnico de mantenimiento	500,00	549,50	603,90	663,69	729,39
	MENSUAL	500,00	549,50	603,90	663,69	729,39
	ANUAL	<b>6.000,00</b>	<b>6.594,00</b>	<b>7.246,81</b>	<b>7.964,24</b>	<b>8.752,70</b>

ELABORADO POR: El autor

**CUADRO No.68  
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS OPERATIVOS**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Salario Básico Unificado	6.000,00	6.594,00	7.246,81	7.964,24	8.752,70
Aporte Patronal	729,00	801,17	880,49	967,66	1.063,45
Fondos de Reserva		549,50	603,90	663,69	729,39
Vacaciones	250,00	274,75	301,95	331,84	364,70
Décimo Tercero	500,00	549,50	603,90	663,69	729,39
Décimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
<b>Total costo de mano de obra</b>	<b>7.797,00</b>	<b>9.118,40</b>	<b>10.021,12</b>	<b>11.013,22</b>	<b>12.103,52</b>

ELABORADO POR: El autor

▪ **RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

**CUADRO No. 69  
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Costo del inventario	266.386,00	305.230,46	349.579,82	400.536,38	458.853,00
Sueldos operativos	7.797,00	9.118,40	10.021,12	11.013,22	12.103,52
<b>TOTAL</b>	<b>274.183,00</b>	<b>314.348,87</b>	<b>359.600,94</b>	<b>411.549,59</b>	<b>470.956,52</b>

ELABORADO POR: El autor

**5.4. GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Los gastos administrativos, están proyectados anualmente según la inflación excepto los sueldos que están en base a la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años que es del 9,9%

▪ **Sueldos administrativos**

Los sueldos administrativos constante de los pagos que se realizan al personal que se encarga del manejo de la pequeña empresa.

**CUADRO No.70  
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

No.	PERSONAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1	Gerente	600,00	659,40	724,68	796,42	875,27
1	Contadora	420,00	461,58	507,28	557,50	612,69
1	Cajera	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34
	MENSUAL	1.400,00	1.120,98	1.231,96	1.353,92	1.487,96
	ANUAL	<b>16.800,00</b>	<b>18.463,20</b>	<b>20.291,06</b>	<b>22.299,87</b>	<b>24.507,56</b>

ELABORADO POR: El autor

**CUADRO No. 71  
PROYECCION DEL SUELDO ADMINISTRATIVO**

DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Salario Básico Unificado	16.800,00	18.463,20	20.291,06	22.299,87	24.507,56
Aporte Patronal	2.041,20	2.243,28	2.465,36	2.709,43	2.977,67
Fondos de Reserva		1.538,60	1.690,92	1.858,32	2.042,30
Vacaciones	700,00	769,30	845,46	929,16	1.021,15
Décimo Tercero	1.400,00	1.538,60	1.690,92	1.858,32	2.042,30
Décimo Cuarto	954,00	1.048,45	1.152,24	1.266,31	1.391,68
<b>Total costo de sueldos administrativos</b>	<b>21.895,20</b>	<b>25.601,42</b>	<b>28.135,97</b>	<b>30.921,43</b>	<b>33.982,65</b>

ELABORADO POR: El autor

▪ **Arriendo**

El arriendo es aquel pago que se realiza por la utilización de un local donde funciona la pequeña empresa.

**CUADRO No. 72  
ARRIENDO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Arriendo	31.200,00	32.497,92	33.849,83	35.257,99	36.724,72

ELABORADO POR: El autor

▪ **Servicios básicos**

Los servicios básicos consisten en el pago de consumo del agua y luz que se utilizan mensualmente.

**CUADRO No. 73  
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Luz	480	500	521	542	565
Agua	180	187	195	203	212
<b>TOTAL</b>	<b>660</b>	<b>687</b>	<b>716</b>	<b>745</b>	<b>777</b>

ELABORADO POR: El autor

- **Servicios de comunicación**

Los servicios de comunicación son gasto que la pequeña empresa realiza por el consumo de teléfono e internet.

**CUADRO No. 74  
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Teléfono	540	562	586	610	636
Internet	300	312	325	339	353
<b>TOTAL</b>	<b>840</b>	<b>874</b>	<b>911</b>	<b>949</b>	<b>989</b>

FUENTE: CNT

ELABORADO POR: El autor

- **Útiles de oficina**

Es la adquisición que se realiza de los distintos útiles de oficina que son necesarios para las actividades.

**CUADRO No. 75  
ÚTILES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANT.	P/U	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Papel resma	15	3,75	56,25	58,59	61,03	63,57	66,21
Carpetas	12	0,35	4,20	4,37	4,56	4,75	4,94
Esferográfico	7	0,30	2,10	2,19	2,28	2,37	2,47
Tinta impresora	7	6,00	42,00	43,75	45,57	47,46	49,44
Cuaderno	5	1,40	7,00	7,29	7,59	7,91	8,24
Lápiz	10	1,25	12,50	13,02	13,56	14,13	14,71
Borrador	5	0,35	1,75	1,82	1,90	1,98	2,06
Basureros	2	6,00	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12
Libretines (facturas)	10	8,00	80,00	83,33	86,79	90,41	94,17
<b>TOTAL</b>			<b>217,80</b>	<b>226,86</b>	<b>236,30</b>	<b>246,13</b>	<b>256,37</b>

FUENTE: Papelería PROVESUM

ELABORADO POR: El autor

- **Mantenimiento computación**

Es gasto que se realiza para mantener en condiciones óptimas al equipo de computación.

**CUADRO No. 76**  
**MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Mantenimiento computación	180	187	195	203	212

FUENTE: Técnico en computación

ELABORADO POR: El autor

▪ **RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

**CUADRO No.77**  
**RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Sueldos	21.895,20	25.601,42	28.135,97	30.921,43	33.982,65
Arriendo	31.200,00	32.497,92	33.849,83	35.257,99	36.724,72
Servicios Básicos	660,00	687,46	716,05	745,84	776,87
Servicios de comunicación	840,00	874,94	911,34	949,25	988,74
Suministros de oficina	217,80	226,86	236,30	246,13	256,37
Mantenimiento computación	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
<b>TOTAL</b>	<b>54.993,00</b>	<b>60.076,09</b>	<b>64.044,78</b>	<b>68.324,05</b>	<b>72.941,22</b>

ELABORADO POR: El autor

**5.5. GASTOS DE VENTAS**

Los gastos de venta corresponden a los sueldos y publicidad que se efectuará para la venta de productos y para hacer conocer los productos y servicios por los distintos medios. Estas erogaciones crecen anualmente tomando en cuenta a la inflación del 2012 que es el 4,16%.

**CUADRO No.78**  
**SUELDOS EN VENTAS**

No.	PERSONAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1	Vendedor	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34
	MENSUAL	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34
	ANUAL	<b>4.560,00</b>	<b>5.011,44</b>	<b>5.507,57</b>	<b>6.052,82</b>	<b>6.652,05</b>

ELABORADO POR: El autor

**CUADRO No. 79  
PROYECCION DEL SUELDO EN VENTAS**

DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Salario Básico Unificado	4.560,00	5.011,44	5.507,57	6.052,82	6.652,05
Aporte Patronal	554,04	608,89	669,17	735,42	808,22
Fondos de Reserva		417,62	458,96	504,40	554,34
Vacaciones	190,00	208,81	229,48	252,20	277,17
Décimo Tercero	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34
Décimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
<b>Total costo de mano de obra</b>	<b>6.002,04</b>	<b>7.013,86</b>	<b>7.708,23</b>	<b>8.471,35</b>	<b>9.310,01</b>

ELABORADO POR: El autor

▪ **Publicidad**

Son los gastos detallados que la pequeña empresa realizara por la contratación de los distintos medios publicitarios.

**CUADRO No. 80  
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Radio	600,00	624,96	650,96	678,04	706,24
Prensa	300,00	312,48	325,48	339,02	353,12
Página web	300,00	312,48	325,48	339,02	353,12
<b>TOTAL</b>	<b>1.200,00</b>	<b>1.249,92</b>	<b>1.301,92</b>	<b>1.356,08</b>	<b>1.412,49</b>

ELABORADO POR: El autor

**CUADRO No.81  
RESUMEN EN GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Sueldo en ventas	6.002,04	7.013,86	7.708,23	8.471,35	9.310,01
Publicidad	1.200,00	1.249,92	1.301,92	1.356,08	1.412,49
<b>TOTAL</b>	<b>7.202,04</b>	<b>8.263,78</b>	<b>9.010,15</b>	<b>9.827,43</b>	<b>10.722,50</b>

ELABORADO POR: El autor

**5.6. FINANCIAMIENTO**

Para llevar a cabo el proyecto se obtendrá un crédito de \$20.000,00 en el Banco Nacional de Fomento, con las siguientes condiciones de financiamiento.

**DATOS**

CAPITAL = 20.000

TASA = 12%

TIEMPO = 5

CUOTA = MENSUAL

**CUADRO No.82  
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

MESES	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACIÓN	AMORTIZADO	PENDIENTE
<b>0</b>					20.000,00
<b>1</b>	444,89	200,00	244,89	244,89	19.755,11
<b>2</b>	444,89	197,55	247,34	492,23	19.507,77
<b>3</b>	444,89	195,08	249,81	742,04	19.257,96
<b>4</b>	444,89	192,58	252,31	994,35	19.005,65
<b>5</b>	444,89	190,06	254,83	1.249,18	18.750,82
<b>6</b>	444,89	187,51	257,38	1.506,56	18.493,44
<b>7</b>	444,89	184,93	259,95	1.766,52	18.233,48
<b>8</b>	444,89	182,33	262,55	2.029,07	17.970,93
<b>9</b>	444,89	179,71	265,18	2.294,25	17.705,75
<b>10</b>	444,89	177,06	267,83	2.562,08	17.437,92
<b>11</b>	444,89	174,38	270,51	2.832,59	17.167,41
<b>12</b>	444,89	171,67	273,21	3.105,80	16.894,20
<b>13</b>	444,89	168,94	275,95	3.381,75	16.618,25
<b>14</b>	444,89	166,18	278,71	3.660,46	16.339,54
<b>15</b>	444,89	163,40	281,49	3.941,95	16.058,05
<b>16</b>	444,89	160,58	284,31	4.226,26	15.773,74
<b>17</b>	444,89	157,74	287,15	4.513,41	15.486,59
<b>18</b>	444,89	154,87	290,02	4.803,44	15.196,56
<b>19</b>	444,89	151,97	292,92	5.096,36	14.903,64
<b>20</b>	444,89	149,04	295,85	5.392,21	14.607,79
<b>21</b>	444,89	146,08	298,81	5.691,02	14.308,98
<b>22</b>	444,89	143,09	301,80	5.992,82	14.007,18
<b>23</b>	444,89	140,07	304,82	6.297,64	13.702,36
<b>24</b>	444,89	137,02	307,87	6.605,50	13.394,50
<b>25</b>	444,89	133,94	310,94	6.916,45	13.083,55
<b>26</b>	444,89	130,84	314,05	7.230,50	12.769,50
<b>27</b>	444,89	127,69	317,19	7.547,69	12.452,31
<b>28</b>	444,89	124,52	320,37	7.868,06	12.131,94

29	444,89	121,32	323,57	8.191,63	11.808,37
30	444,89	118,08	326,81	8.518,44	11.481,56
31	444,89	114,82	330,07	8.848,51	11.151,49
32	444,89	111,51	333,37	9.181,88	10.818,12
33	444,89	108,18	336,71	9.518,59	10.481,41
34	444,89	104,81	340,07	9.858,67	10.141,33
35	444,89	101,41	343,48	10.202,14	9.797,86
36	444,89	97,98	346,91	10.549,05	9.450,95
37	444,89	94,51	350,38	10.899,43	9.100,57
38	444,89	91,01	353,88	11.253,31	8.746,69
39	444,89	87,47	357,42	11.610,74	8.389,26
40	444,89	83,89	361,00	11.971,73	8.028,27
41	444,89	80,28	364,61	12.336,34	7.663,66
42	444,89	76,64	368,25	12.704,59	7.295,41
43	444,89	72,95	371,93	13.076,53	6.923,47
44	444,89	69,23	375,65	13.452,18	6.547,82
45	444,89	65,48	379,41	13.831,59	6.168,41
46	444,89	61,68	383,20	14.214,80	5.785,20
47	444,89	57,85	387,04	14.601,83	5.398,17
48	444,89	53,98	390,91	14.992,74	5.007,26
49	444,89	50,07	394,82	15.387,56	4.612,44
50	444,89	46,12	398,76	15.786,32	4.213,68
51	444,89	42,14	402,75	16.189,07	3.810,93
52	444,89	38,11	406,78	16.595,85	3.404,15
53	444,89	34,04	410,85	17.006,70	2.993,30
54	444,89	29,93	414,96	17.421,66	2.578,34
55	444,89	25,78	419,11	17.840,76	2.159,24
56	444,89	21,59	423,30	18.264,06	1.735,94
57	444,89	17,36	427,53	18.691,59	1.308,41
58	444,89	13,08	431,80	19.123,39	876,61
59	444,89	8,77	436,12	19.559,52	440,48
60	444,89	4,40	440,48	20.000,00	0,00

FUENTE: BNF

ELABORADO POR: El autor

## 5.7. GASTOS FINANCIEROS

Son los intereses por el crédito obtenido a través del Banco Nacional de Fomento.

**CUADRO No. 83  
GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Intereses	2.232,86	1.838,97	1.395,12	894,98	331,41

FUENTE: Banco Nacional de Fomento

ELABORADO POR: El autor

**5.8. DEPRECIACIONES**

**CUADRO No.84  
DEPRECIACIONES**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VALOR RESIDUAL	% POR LEY	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Muebles y Enseres	2.870,00	287,00	10%	258,30	258,30	258,30	258,30	258,30
Herramientas	1.200,00	120,00	10%	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00
Equipo de Computación	2.175,00	725,00	33%	483,33	483,33	483,33		
Renovación de equipo de Computación	2.265,48	755,16	33%				503,44	503,44
Equipo de Oficina	700,00	70,00	10%	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00
<b>TOTAL</b>	<b>9.210,48</b>	<b>1.957,16</b>		<b>725,332</b>	<b>912,63</b>	<b>912,63</b>	<b>932,74</b>	<b>932,74</b>

ELABORADO POR: El autor

**5.9. GASTO DE ESTUDIOS Y CONSTITUCION**

Corresponde a las erogaciones pre operativas del proyecto.

**CUADRO No.85  
GASTO DE ESTUDIOS Y CONSTITUCION**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de factibilidad	1.500
Diseño y adecuación de las instalaciones	700
Trámites de constitución	450
Software contable e inventario	1.800
<b>TOTAL</b>	<b>4.450</b>

ELABORADO POR: El autor

## 5.10. RESUMEN DE EGRESOS

**CUADRO No. 86  
RESUMEN DE EGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Costos de operación	274.183,00	314.348,87	359.600,94	411.549,59	470.956,52
Gastos de administrativos	54.993,00	60.076,09	64.044,78	68.324,05	72.941,22
Gastos de ventas	7.202,04	8.263,78	9.010,15	9.827,43	10.722,50
Gastos financieros	2.232,86	1.838,97	1.395,12	894,98	331,41
Gasto depreciación	725,33	912,63	912,63	932,74	932,74
Gasto de estudios y constitución	4.450,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>343.786,23</b>	<b>385.440,34</b>	<b>434.963,62</b>	<b>491.528,79</b>	<b>555.884,39</b>

ELABORADO POR: El autor

## 5.11. ESTADOS FINANCIEROS

Con la información presupuestada tanto de las inversiones, ingresos y egresos se estableció los siguientes estados financieros.

### ▪ ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Este balance representa la situación financiera de la pequeña empresa, en relación al total de activos y pasivos con los que inicia el proyecto.

**CUADRO No. 87  
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

ACTIVO		PASIVO			
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		28.592,13	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>		20.000,00
Caja - Bancos	28.592,13		Préstamo por pagar	20.000,00	
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		6.945,00			
Muebles y enseres	2.870,00		<b>CAPITAL</b>		15.537,13
Herramientas	1.200,00				
Equipo de computación	2.175,00				
Equipo de oficina	700,00				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>35.537,13</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y CAPITAL</b>		<b>35.537,13</b>

ELABORADO POR: El autor

▪ **ESTADO DE RESULTADOS**

El estado de resultados representa la posición económica de la pequeña empresa.

**CUADRO No. 88**  
**ESTADO DE RESULTADOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Ingresos proyectados	352.801,80	404.247,04	462.986,74	530.474,04	607.710,70
Costos de producción	274.183,00	314.348,87	359.600,94	411.549,59	470.956,52
<b>(=)Utilidad bruta</b>	<b>78.618,80</b>	<b>89.898,18</b>	<b>103.385,80</b>	<b>118.924,44</b>	<b>136.754,18</b>
Gastos administrativos	54.993,00	60.076,09	64.044,78	68.324,05	72.941,22
Gastos de ventas	7.202,04	8.263,78	9.010,15	9.827,43	10.722,50
Depreciación	725,33	912,63	912,63	932,74	932,74
Gastos financieros	2.232,86	1.838,97	1.395,12	894,98	331,41
Gasto de estudios y constitución	4.450,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=)Utilidad operativa proyectada</b>	<b>9.015,57</b>	<b>18.806,70</b>	<b>28.023,11</b>	<b>38.945,25</b>	<b>51.826,31</b>
(-15%) Part. Trabajadores	1.352,33	2.821,00	4.203,47	5.841,79	7.773,95
<b>(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>	<b>7.663,23</b>	<b>15.985,69</b>	<b>23.819,65</b>	<b>33.103,46</b>	<b>44.052,36</b>
Impuesto a la Renta	1.685,91	3.516,85	5.240,32	7.282,76	9.691,52
<b>(=)Utilidad neta proyectada</b>	<b>5.977,32</b>	<b>12.468,84</b>	<b>18.579,32</b>	<b>25.820,70</b>	<b>34.360,84</b>

ELABORADO POR: El autor

▪ **ESTADO DE FLUJO DE CAJA**

El flujo de caja representa la dinámica del efectivo tanto en entradas y salidas.

**CUADRO No. 89  
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Inversión inicial	-35.537,13					
Utilidad operacional		9.016	18.807	28.023	38.945	51.826
(+)Depreciación		725,33	912,63	912,63	932,74	932,74
(-) Pago al principal		3.105,80	3.499,70	3.943,55	4.443,69	5.007,26
(-)Reinversión					2.265,48	
(-)Part. Trabajadores		1.352,33	2.821,00	4.203,47	5.841,79	7.773,95
(-)Impuestos		1.685,91	3.516,85	5.240,32	7.282,76	9.691,52
(+)Recuperación de inversión fija						1.957,16
<b>(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO</b>	<b>-35.537,13</b>	<b>3.596,85</b>	<b>9.881,78</b>	<b>15.548,41</b>	<b>20.044,27</b>	<b>32.243,48</b>

ELABORADO POR: El autor

## 5.12. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad de proyecto, por tanto se aplicó evaluadores que toman en cuenta el valor de dinero en el tiempo como son: el TIR, el VAN, PRI, C/B.

### 5.12.1. DETERMINACIÓN DE COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTOS MEDIO.

Para determinar el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información recopilada del Banco Central se encuentra al 4, 60% y la tasa activa del 12%.

**CUADRO No. 90  
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	15.537	43,72	4,60	201,12
Capital Financiado	20.000	56,28	12,00	675,35
<b>TOTAL</b>	<b>35.537</b>	<b>100,00</b>	<b>16,60</b>	<b>876,47</b>

ELABORADO POR: El autor

Tasa de rendimiento medio para obtener esta tasa se aplicó la siguiente fórmula:

**Datos:**

Ck(valor ponderado)= 8,76%

If(Inflación)= 4,16%

TRM=  $((1+Ck)(1+If)-1)$

TRM= 0,1329

**TRM= 13,29%**

**5.12.2. ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO**

El VAN representa la rentabilidad del proyecto en valores absolutos, teóricamente para decidir si el proyecto es factible, se deberá obtener un valor positivo y mayor a cero.

**CUADRO No. 91  
ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO**

<b>AÑO</b>	<b>FL NETOS</b>	<b>FL ACTUAL 13,29%</b>
0	-35.537	-35.537
1	3.597	3.175
2	9.882	7.699
3	15.548	10.693
4	20.044	12.168
5	32.243	17.278
	<b>VAN</b>	<b>15.476</b>

FUENTE: Flujo de caja

ELABORADO POR: El autor

$$VAN: -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots\dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

**VAN= 15.476**

EL VAN del proyecto es de \$**15.476** por tanto es factible.

### 5.12.3. ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

Este evaluador representa la rentabilidad el proyecto en términos relativos o porcentuales.

**CUADRO No. 92**  
**ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑO</b>	<b>FL NETOS</b>	<b>FLUJO 13,29%</b>	<b>FLUJO 26%</b>
0	-35.537	-35.537	-35.537
1	3.597	3.175	2.855
2	9.882	7.699	6.224
3	15.548	10.693	7.773
4	20.044	12.168	7.953
5	32.243	17.278	10.153
<b>VAN</b>		15.476	-580

**FUENTE:** Flujo de caja

**ELABORADO POR:** El autor

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

**TIR= 25,40%**

El TIR del proyecto es de 25,40% lo que representa factibilidad para la pequeña empresa, ya que es mayor que la tasa de rendimiento medio, este indicador es la rentabilidad del proyecto que devuelve la inversión en un periodo de tiempo.

### 5.12.4. ANÁLISIS DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

**CUADRO No. 93**  
**TIEMPO DE RECUPERACION**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>FLUJO NETO DEFLACTADO</b>	<b>RECUP. CAPITAL</b>	<b>TIEMPO DE RECUPERACIÓN</b>	
<b>1</b>	<b>35.537,13</b>	3.174,90	<b>3.174,90</b>	1	AÑO
<b>2</b>		7.699,31	<b>7.699,31</b>	2	AÑO
<b>3</b>		10.693,29	<b>10.693,29</b>	3	AÑO
<b>4</b>		12.168,13	<b>12.168,13</b>	4	AÑO
<b>5</b>		17.277,6	1.801,50	1	Mes

**FUENTE:** Flujo de caja

**ELABORADO POR:** El autor

El análisis del PRI resulta que se recupera la inversión en 4 años y 1 Mes.

#### 5.12.5. ANÁLISIS DEL COSTO BENEFICIO

**CUADRO No. 94**  
**ANÁLISIS DEL COSTO BENEFICIO**

<b>AÑOS</b>	<b>FNE</b>	<b>FNEA</b>
		0,1329
1	3.597	3.175
2	9.882	7.699
3	15.548	10.693
4	20.044	12.168
5	32.243	17.278
SUMAN...		<b>51.013</b>

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORADO POR:** El autor

$$C/B = \frac{\sum FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

**C/B=1,44**

Este evaluador indica que por cada dólar invertido se generará 0.44 centavos de dólar.

### 5.12.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

#### DATOS:

Costos fijos = 69.603,23

Costos variables = 274.183,00

Ventas = USD352.801,80

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS}}$$

PE= USD312.344,46

El resultado indica que la pequeña empresa debe vender 312.344,46 dólares en mercadería, para obtener equilibrio operativo, donde los ingresos se igualan a los egresos.

### 5.12.7. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

**CUADRO No. 95**  
**RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		13,29%	
VAN =	VAN > 0	15.476	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	25,40%	Aceptable
PRI=		4,1	Años bueno
B/C =	R B/C > 1	1,44	Aceptable

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORADO POR:** El autor

Finalizado el estudio se concluye que el proyecto es factible en los escenarios analizados, para su gestión se debe realizar ajuste de presupuesto, debido a que los escenarios son cambiantes.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

En esta sección se describen los aspectos relacionados con la parte:

- Estratégica
  
- Organizacional
  
- Legal

Estos apartados, además establecerán los lineamientos y procedimientos de las áreas operativa, administrativa y de servicio, delinearán la correcta administración de la cuantía de los recursos involucrados en la operación del emprendimiento, por tal motivo obliga a definir en forma específica el nivel organizacional y los alcances concretos de las tareas que se debe realizar dentro de la organización, para conseguir el éxito.

#### **6.1. Aspectos estratégicos**

##### **6.1.1. Nombre de la pequeña empresa**

La razón social de la pequeña empresa será la identificación o nombre con el que la organización se dé a conocer en el mercado de comercialización de computadoras. Este nombre deberá reflejar el giro del negocio, así, los consumidores pueden identificar rápidamente los productos que encontrará en la entidad.

En este caso la pequeña empresa llevará el nombre de Compu Click, ya que en su nombre está representado a la clase de artículo que comercializa la entidad.

### 6.1.2. Logotipo

El logotipo representara la imagen de la organización, el cual contiene información visual con su respectivo slogan.

**ILUSTRACIÓN No. 12**  
**LOGOTIPO**



ELABORADO POR: El autor

### 6.1.3. Misión

Somos una pequeña empresa que contribuye al desarrollo de la sociedad mediante soluciones tecnológicas empresariales y sociales aportando servicios de calidad; mediante el desarrollo aplicado a las necesidades del cliente o empresas, ofreciendo soluciones sistémicas con la finalidad de mantener y reparar sus equipos de cómputo con calidad, presencia e influencia en el mercado.

### 6.1.4. Visión

Para el 2018 ser una pequeña empresa reconocida a nivel nacional, con experiencia en mantenimiento y reparación de computadoras, así como también en la venta de equipos de cómputo, y soporte técnico, donde se brinde productos de calidad y garantía.

### **6.1.5. Objetivos**

- Contar con los mejores proveedores que permitan ofrecer el servicio a precios competitivos.
- Dar seguimiento a los clientes, teniendo en cuenta las necesidades de cada uno.
- Posicionar el nombre y marca de manera permanente en el mercado objetivo.
- Brindar un servicio efectivo e innovador en la forma de capacitación y asesoramiento.
- La atención al cliente debe convertirse en nuestro mecanismo de interacción con nuestros clientes mejorando los procesos de comunicación y convirtiéndonos en un aliado estratégico para ellos.
- El personal técnico debe capacitarse constantemente en las diferentes áreas, con el fin de mejorar cada día nuestros servicios.

### **6.1.6. Políticas**

- Brindar la mejor atención y servicio al cliente.
- Mantener un inventario de artículos para venta, suficiente para la satisfacción del Mercado.
- Manejar artículos para la venta que sean reconocidos por su calidad y garantía.

- Mantener en constante capacitación técnica y de relaciones humanas al área de venta.
- Mantener políticas de incentivo para venta.
- Mantener un sistema de publicidad agresivo.
- Conocer por parte de cada empleado dentro de la pequeña empresa los objetivos y funciones inherentes a su área y cargo.
- Fomentar la comunicación y coordinación entre todos los departamentos de la pequeña empresa.
- Mantener y velar la correcta administración y uso racional de los recursos de la pequeña empresa.

#### **6.1.7. Principios y valores**

Los principios y valores institucionales serán aquellos que guíen la conducta de los miembros de la organización:

- **PRINCIPIOS**

**Responsabilidad.-** El trabajo que desempeñe la pequeña empresa tendrá un enfoque de responsabilidad tanto para el cliente externo como para el interno. La responsabilidad para con el cliente interno se verá reflejado en las capacitaciones y conocimientos adquiridos durante su desempeño en la institución. Por otro lado, la responsabilidad con el cliente externo se basa principalmente en la garantía de los equipos y en el servicio que se le proporcione.

**Mejoramiento continuo.-** Para ofrecer a los consumidores equipos computacionales que superen sus expectativas a precios accesibles, y sobre todo, que se sientan satisfechos al realizar su compra.

**Trabajo en equipo.-** Fomentar el trabajo en equipo permitirá contar con profesionales capacitados y motivados, lo que se reflejará en la atención al cliente y posteriormente en la aceptación del producto por parte del cliente.

**Entusiasmo.-** Es la actitud positiva que permite entregar un verdadero servicio de atención a nuestros clientes y lo que aporta al fortalecimiento de las relaciones laborales dentro de la pequeña empresa.

**Confiability.-** La cual se logra cumpliendo con los compromisos, entendiendo las expectativas de nuestros clientes, brindándoles un servicio eficaz acorde a sus necesidades.

#### ▪ VALORES

**Calidad.-** Calidad en el producto que se ofrecerán al público y calidad en el servicio al cliente generando confianza en los clientes actuales.

**Competitividad.-** Entender que el éxito proviene del eficiente funcionamiento de las tareas y actividades encomendadas a todos los involucrados en los diferentes procesos, trabajando correctamente desde el inicio del plan, desde el primer día y desde las primeras horas.

**Capacitación.-** Invertir en planes de capacitación, mejoramiento y evaluación continua que permita el desarrollo de la competitividad de los miembros de la pequeña empresa.

**Honestidad:** Ofrecer a los clientes lo que la pequeña empresa está en condiciones de cumplir. Ser coherentes con su razón de ser, actuar dentro de la verdad, con honradez, responsabilidad y total transparencia.

**Responsabilidad social:** Garantizar que las operaciones y políticas de la pequeña empresa vayan de acuerdo con las leyes y reglamentos aplicados hacia la prevención de problemas sociales creando de esta manera una imagen pública favorable.

**Calidez humana:** Que los clientes pueden contar con un trato amable y personalizado. El sistema de entregas y equipo humano deben estar formados para entablar relaciones comerciales cordiales y amistosas.

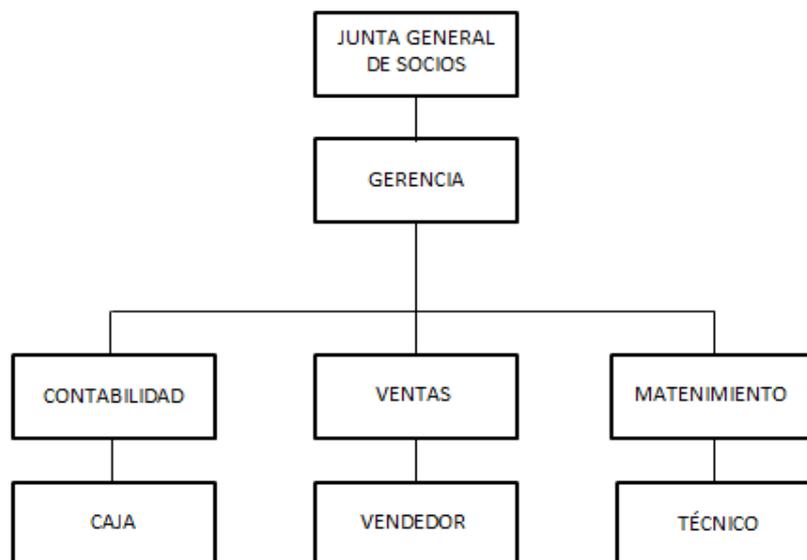
**Respeto:** Brindar un trato justo a todos aquellos con quien tenemos relación. Se entiende mejor cuando procuramos tratar a los demás de la manera en que deseamos ser atendidos, saludar a los demás, emplear un vocabulario adecuado, pedir las cosas amablemente, y evitar inmiscuirse en la vida privada de los demás, es la forma más sencilla de vivir este valor en el trabajo.

## 6.2. Aspectos organizacional

Los aspectos organizacionales de la pequeña empresa implican delimitar un sistema de funcionamiento cuya base serán las funciones correspondientes a cada cargo, así como la relación que existe entre estas.

Por lo tanto, la organización administrativa consiste en el conjunto de normas que le permitirán a cada uno de los miembros de la pequeña empresa conocer sus obligaciones y facultades.

### 6.2.1. Estructura organizativa



### 6.3. Identificación de puestos y funciones

#### ▪ JUNTA DE SOCIOS

	COMPU CLICK
<b>OBJETIVO:</b> tomar decisiones de la planificación administrativa y operativa.	
<b>FUNCIONES :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Designar y remover administradores y gerentes.</li><li>▪ Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo.</li><li>▪ Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes.</li><li>▪ Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades.</li><li>▪ Resolver acerca de la amortización de las partes sociales.</li><li>▪ Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios.</li><li>▪ Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social.</li><li>▪ Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía.</li><li>▪ Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía.</li><li>▪ Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.</li><li>▪ En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra; y,</li><li>▪ Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.</li></ul>	

▪ **GERENCIA**

	<p>COMPU CLICK</p>
<p><b>CARGO: GERENTE</b></p>	
<p><b>OBJETIVO.</b> La Gerencia tiene como finalidad la ejecución de las políticas, directrices y garantizar el correcto y eficaz funcionamiento de la pequeña empresa.</p>	
<p><b>FUNCIONES :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Representante legal de la Compañía</li> <li>▪ Encargado de los aspectos ejecutivos de pequeña empresa, verificando el buen desempeño de la misma.</li> <li>▪ Fiscalización de las finanzas y proyecciones que tenga la pequeña empresa con el fin de ser un ente independiente de las operaciones y pueda aportar al mejoramiento de la misma y su dirección adecuada.</li> <li>▪ Aprobación de balances.</li> <li>▪ Toma de decisiones.</li> <li>▪ Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la ley de compañías.</li> <li>▪ Establecer programas de acción, así como lineamientos de conducta a seguir y medios que se emplearán para la secuencia de actividades.</li> <li>▪ Elaboración organizacional de la estructura del talento humano, estableciendo sus funciones, responsabilidades y capacitación.</li> <li>▪ Medición y evaluación del desempeño del personal en comparación con los objetivos establecidos por la pequeña empresa</li> <li>▪ Adquirir la mercadería para la comercialización.</li> <li>▪ Efectuar sondeos de mercado para pronosticar ventas.</li> </ul>	
<p><b>ANÁLISIS DE PUESTO</b></p>	
<p><b>REQUISITOS :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Grado de Instrucción:</b> Título de nivel superior en Ingeniería Comercial o áreas Afines</li> <li>▪ <b>Experiencia:</b> Mínimo 2 año en cargos similares</li> <li>▪ <b>Conocimientos especiales:</b> Manejo de buenas relaciones interpersonales, Capacidad de liderazgo y Planificación, Conocimiento en el manejo de recursos humanos, conocimiento en servicios y productos informáticos.</li> </ul>	

N°	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelentes	X		
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.	X		
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.	X		
5	Conocimiento del entrono organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc.	X		
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.	X		
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X		

▪ **CONTABILIDAD**

	<p>COMPU CLICK</p>
<p><b>CARGO:</b> CONTADOR</p>	
<p><b>OBJETIVO.</b> Garantizar la validez y confiabilidad registros y de los estados financieros de la pequeña empresa (ganancias y pérdidas, balance general y flujo de caja).</p>	
<p><b>FUNCIONES :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Clasificar y registrar la documentación de la Gerencia General, así como de mantener actualizado el archivo general y confidencial correspondiente.</li> <li>▪ Atender y efectuar llamadas telefónicas, así como mantener actualizada la agenda diaria de la gerencia general, coordinando las reuniones y citas respectivas.</li> <li>▪ Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica.</li> <li>▪ Verificar y depurar cuentas contables.</li> <li>▪ Controlar el correcto registro de los auxiliares de contabilidad.</li> <li>▪ Examinar el valor de los inventarios de mercadería y efectuar ajustes respectivos.</li> <li>▪ Revisar órdenes de cheque de oficina, corroborando los cálculos presentados.</li> <li>▪ Revisar reportes de ventas diarias y semanales comparativas con periodos anteriores.</li> <li>▪ Coordinar la elaboración del presupuesto general y dar seguimiento al mismo.</li> </ul>	
<p><b>ANÁLISIS DE PUESTO</b></p>	
<p><b>REQUISITOS :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Grado de Instrucción:</b> Nivel Superior en Contabilidad y Auditoría</li> <li>▪ <b>Experiencia:</b> Experiencia mínima 2 años como contador de una empresa comercial.</li> <li>▪ <b>Conocimientos especiales:</b> Manejo Avanzado del Sistema Operativo Windows y de herramientas como Word, Excel y Power Point Indispensable conocimiento y experiencia comprobada en labores de auditoria, legislación relacionada, sistema bancario nacional e internacional y gestión contable administrativa general, Conocimientos de manejo de personal</li> </ul>	

<b>N°</b>	<b>COMPETENCIA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ALTA</b>	<b>MEDIA</b>	<b>BAJA</b>
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.		X	
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelentes.	X		
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.		X	
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.		X	
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores.	X		
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.	X		
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X		

▪ **VENTAS**

	<p>COMPU CLICK</p>
<p><b>CARGO:</b> VENDEDOR</p>	
<p><b>OBJETIVO:</b> Persuadir a los clientes para la compra de productos y servicios.</p>	
<p><b>FUNCIONES :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Atender a los clientes y explicar acerca de los productos y servicios.</li> <li>▪ Asesor acerca de la compra de equipos de computación.</li> <li>▪ Preparar cotizaciones para los clientes.</li> <li>▪ Identificar clientes, analizar sus necesidades</li> <li>▪ Mantener las comunicaciones y operaciones publicitarias en la red.</li> <li>▪ Crear nuevos contactos.</li> <li>▪ Encargarse de cumplir los planes operativos de mercado</li> <li>▪ Buscarlos medios adecuados de marketing, publicidad y comercio electrónico.</li> </ul>	
<p><b>ANÁLISIS DE PUESTO</b></p>	
<p><b>REQUISITOS :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Grado de Instrucción:</b> Título de Nivel Superior, Tecnología en en Mercadotecnia</li> <li>▪ <b>Experiencia:</b> 1 año en cargos similares</li> <li>▪ <b>Conocimientos especiales:</b> Conocimientos de planificación de estrategias comerciales, canales de distribución, conocimientos de productos y servicios informáticos.</li> </ul>	

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelentes.	X		
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.	X		
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.	X		
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores.	X		
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.	X		
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X		

▪ **CAJA**

	<p>COMPU CLICK</p>
<p><b>CARGO:</b> Cajera - Atención al Cliente.</p>	
<p><b>OBJETIVO.</b> Planear, proponer, instrumentar y evaluar los asuntos de carácter administrativos relacionados a atención al cliente y caja, llevando a cabo las políticas, planes y programas que se consideren necesarios para el logro de los fines de la pequeña empresa</p>	
<p><b>FUNCIONES :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recibir a los clientes y atenderlos con amabilidad despejando todas sus dudas.</li> <li>▪ Preparar el despacho de la documentación para atención, efectuando el seguimiento pertinente.</li> <li>▪ Realizar el ingreso de mercadería al inventario.</li> <li>▪ Realizar cobros de la mercadería vendida.</li> <li>▪ Llevar registros de las ventas efectuadas diariamente.</li> <li>▪ Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por el Gerente General</li> </ul>	
<p><b>ANÁLISIS DE PUESTO</b></p>	
<p><b>REQUISITOS :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Grado de Instrucción:</b> Bachiller en comercio. Cursando estudios superiores</li> <li>▪ <b>Experiencia:</b> 1 año en cargos similares</li> <li>▪ <b>Conocimientos especiales:</b> Actitud de servicio, habilidad en el manejo de paquetes de computacional, desenvolvimiento con criterio propio guiado por procedimientos de la dirección.</li> </ul>	

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelentes.		X	
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.	X		
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.	X		
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores.		X	
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.		X	
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.		X	

▪ **MANTENIMIENTO**

	<p>COMPU CLICK</p>
<p><b>CARGO:</b> TÉCNICO EN MANTENIMIENTO</p>	
<p><b>OBJETIVO.</b> El técnico tiene como objetivo mantener el equipo en una forma segura y eficiente de acuerdo con los estándares y lineamientos.</p>	
<p><b>FUNCIONES :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Instalar, arreglar, remover y mantener equipos de cómputo, componentes o periféricos.</li> <li>▪ Revisar los componentes y ensamblajes electrónicos para asegurar su correcto funcionamiento.</li> <li>▪ Reparar o reemplazar módulos componentes de equipos, redes.</li> <li>▪ Determinar la causa y localizar daños en los componentes de los computadores</li> <li>▪ Instalar programas computacionales de inicio, reemplazar módulos o repararlos.</li> <li>▪ Instalar o verificar las conexiones entre equipos y módulos componentes</li> <li>▪ Operar consola para monitorear la operación de los sistemas de cómputo y redes.</li> <li>▪ Verificar conexiones mecánicas, eléctricas y electrónicas del sistema.</li> <li>▪ Realizar Mantenimiento al Hardware.</li> <li>▪ Garantizar el funcionamiento en red de los equipos verificando que la transmisión de los datos sea la adecuada.</li> <li>▪ Hacer Backups de la información.</li> <li>▪ Coordinar y programar el uso de terminales y redes.</li> <li>▪ Operar el equipo de computación, terminales e impresoras.</li> <li>▪ Operar programas, manejar la información y producir reportes.</li> <li>▪ Instalar unidades periféricas, mantener y actualizar los programas existentes.</li> <li>▪ Instalar software y formatos para impresión.</li> <li>▪ Atender solicitudes de usuarios del sistema.</li> <li>▪ Asesoramiento para la compra de mercadería.</li> </ul>	
<p><b>ANÁLISIS DE PUESTO</b></p>	
<p><b>REQUISITOS :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Grado de Instrucción:</b> Técnico en reparación de equipos de Informática</li> <li>▪ <b>Experiencia:</b> 1 año en soluciones de cargos informáticos</li> <li>▪ <b>Conocimientos especiales:</b> poseer un alto grado de conocimiento en el arreglo de sistemas informáticos.</li> </ul>	

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar esfuerzos al descubrimiento y satisfacción de necesidades de clientes.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelentes.	X		
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.		X	
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.		X	
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores.	X		
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades.		X	
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje.	X		

#### 6.4. Aspecto Legal de Funcionamiento

##### 6.4.1. Constitución Legal

La pequeña empresa de venta de computadoras y servicios integrales, se va a establecer como una Compañía de Responsabilidad Limitada por sus características, que conllevan a una serie de requisitos y responsabilidad, de mucha importancia para su constitución, formación e implementación:

#### **6.4.2. Minuta de constitución de la pequeña empresa**

Señor Notario: En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, dígnese insertar una que contiene la constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada COMPU CLICK Cía Ltda., de acuerdo a las siguientes estipulaciones.

En la ciudad de Ibarra, a los 25 de Octubre del 2.013, los señores DARWIN ROMERO con CI 0501438949, LUIS ENRIQUE ALVAREZ con CI 0502000243 y EDGAR FONSECA con CI 0501856187, obrando en nombre propio, manifestaron que constituirán una sociedad de responsabilidad limitada la cual se regirá por las normas establecidas en el código de comercio y en especial por los siguientes estatutos:

**Artículo 1: Nombre o razón social:** la sociedad se denominará “COMPU CLICK Cía Ltda”.

**Artículo 2: Domicilio:** el domicilio principal será en la ciudad de Ibarra, sin embargo la sociedad puede establecer sucursales, en otras ciudades del país como en el exterior.

**Artículo 3: Objeto social:** la compañía tiene por objeto social: Comercialización Computadoras y Servicios Informáticos. En el desarrollo y cumplimiento de tal objeto puede hacer en su propio nombre o por cuenta de terceros o con participación de ellos, toda clase de operaciones comercial, sobre bienes muebles o inmuebles y construir cualquier clase de gravamen, celebrar contratos con personas naturales o jurídicas, efectuar operaciones de préstamos, cambio, descuento, cuentas corrientes, dar o recibir garantías y endosar, adquirir y negociar títulos valores.

**Artículo 4: Duración de la sociedad:** se fija en 5 años, contados desde la fecha de otorgamiento de la escritura. La junta de socios podrá mediante reforma, prolongar dicho término o disolver extraordinariamente la sociedad, antes de que dicho término expire.

**Artículo 5: El capital de la sociedad** es la suma de \$ 35.537.

**Artículo 6: Cuotas:** El capital social se divide en 3 acciones.

**Artículo 7: Responsabilidades:** la responsabilidad de cada uno de los socios se limita al monto de sus aportes.

**Artículo 8: Aumento del capital:** el capital de los socios puede ir aumentando por nuevos aportes de los socios, por la admisión de nuevos socios o por la acumulación que se hicieron de utilidades por determinación de común acuerdo de los socios.

**Artículo 9: Cesión de cuotas:** las cuotas correspondientes al interés social de cada uno de los socios no están representadas por títulos, ni son negociables en el mercado, pero sí pueden cederse. La cesión implicará una reforma estatutaria y la correspondiente escritura será otorgada por el representante legal, el cedente y el cesionario.

#### **6.4.3. Permisos de funcionamiento**

A continuación se detallan todos los requisitos y trámites a seguir para la constitución de la pequeña empresa:

##### **Obtención del RUC**

- Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- Copia del acuerdo ministerial o resolución en el que se aprueba la creación de la organización no gubernamental sin fin de lucro.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper de Compañías.

### **Inscripción en el registro mercantil**

- 4 copias de cada Nombramiento.
- Copia de las Escrituras de Constitución.
- Copias de cédula y papeleta de votación del Representante Legal y del Administrador.

### **Permiso del cuerpo de bomberos**

- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
- Fotocopia nítida del RUC actualizado.
- Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
- Nombramiento del representante legal si es compañía.
- Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
- Señalar dimensiones del local.

### **Obtención de la patente municipal**

**Art. 548 COOTAD Base imponible** Para ejercer una actividad comercial, industrial o financiera, se deberá obtener una patente anual, previa inscripción en el registro que mantendrá, para estos efectos, cada municipalidad. Dicha patente se la deberá obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que se inician esas actividades, o dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en que termina el año.

- Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
- RUC actualizado.
- Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica.
- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
- Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

Los impactos son huellas, señales y aspectos positivos o negativos que la ejecución del proyecto provocará en un ámbito, grupo o área determinada. Por eso es necesario analizar cada uno de los efectos que puedan generarse a través de una valoración cuantitativa y cualitativa, permitiendo establecer los posibles riesgos o bondades que en este caso este proyecto generará.

Para esto se empleará a continuación una tabla cuantitativa con valores positivos y negativos con sus respectivos significados:

**CUADRO No.96**  
**MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS**

<b>VALORACIÓN</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

**ELABORADO POR:** El autor

Los impactos que generará este proyecto son:

- Impacto Social
- Impacto Económico
- Impacto Comercial
- Impacto Educativo – Cultural
- Impacto Ambiental

## 7.1. Impacto social

**CUADRO No.97  
IMPACTO SOCIAL**

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Mejorar la calidad de vida							X	3
2	Seguridad familiar							X	3
3	Eliminar la marginalidad tecnológica						X		2
4	Bienestar comunitario						X		2
	<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>

**ELABORADO POR:** El autor

Impacto Social =  $(\Sigma \text{ Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

Impacto Social =  $10/4 = 2.5$

Impacto Social = 3

Nivel de impacto = Alto positivo

### ANÁLISIS:

- **Mejorar la calidad de vida:** Al iniciar sus actividades comerciales la pequeña empresa Compu Click, causará un impacto social alto positivo en la comunidad de Ibarra, ya que mejorará la calidad de vida de muchas personas con la aportación y facilidad de crédito para la obtención de computadoras a todas aquellas personas que lo necesiten como es el caso en empresas, instituciones educativas, bibliotecas.
- **Seguridad familiar:** La pequeña empresa a crearse genera un impacto alto positivo, porque brinda seguridad familiar, crea nuevas plazas de trabajo que garanticen la no migración a otros lugares.
- **Eliminar la marginalidad:** Con los productos que se ofrecen se garantiza el mejoramiento de conocimientos tecnológicos eliminando la marginalidad que existe en nuestro país, de tal manera se contribuye así al desarrollo profesional de los estudiantes.

- **Bienestar comunitario:** La presencia de la pequeña empresa genera bienestar en la comunidad, porque estará al tanto de las necesidades de los habitantes brindando productos de calidad con tecnología de punta.

## 7.2. Impacto económico

**CUADRO No.98**  
**IMPACTO ECONÓMICO**

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Oferta de empleo							X	3
2	Demanda de mano de obra							X	3
3	Aumentar la capacidad de compra						X		2
4	Efecto multiplicador de la demanda						X		2
	<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>

**ELABORADO POR:** El autor

Impacto Económico =  $(\Sigma \text{ Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

Impacto Económico =  $10/4 = 2.5$

Impacto Económico = 3

Nivel de impacto = Alto positivo

### ANÁLISIS:

- **Oferta de empleo:** La pequeña empresa está encaminada a crear y oferta nuevas plazas de empleo donde tendrán la oportunidad profesionales que busquen nuevos campos de aplicación.
- **Demanda de mano de obra:** El proyecto a realizarse necesita de mano de obra que posea conocimiento no solo en el área de ventas, sino también en el área informática para la reparación y mantenimiento de computadoras, el mismo que será generador de una amplia oferta de empleo para aquellos profesionales que han cursado carreras superiores.

- **Aumentar la capacidad de compra:** Se garantiza contar con un buen equipo de trabajo lo que genera aumentar la capacidad de compra de estos equipos por parte de la demanda pudiendo a largo plazo instalar nuevos negocios dentro y fuera de la ciudad.
- **Efecto multiplicador de la demanda:** La empresa aplica nuevos métodos que permitan que la demanda por el producto crezca continuamente, a través de la garantía y calidad del producto.

### 7.3. Impacto comercial

**CUADRO No.99  
IMPACTO COMERCIAL**

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Eficiente servicio y atención al cliente							X	3
2	Mayor posicionamiento en el mercado						X		2
3	Portafolio de productos y servicios propios							X	3
4	Garantía integrada							X	3
	<b>TOTAL</b>						2	9	11

**ELABORADO POR:** El autor

Impacto Comercial =  $(\Sigma \text{ Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

Impacto Comercial =  $11/4 = 2.75$

Impacto Comercial = 3

Nivel de impacto = Alto positivo

#### ANÁLISIS:

- **Eficiente servicio y atención al cliente:** La pequeña empresa maneja estrategia de venta que garantice al cliente un excelente servicio y atención brindará confianza, y respuesta claras, precisas y oportunas a cada una de las inquietudes existentes.

- **Mayor posicionamiento en el mercado:** Se maneja técnicas de mercado con la finalidad de convertirse en una pequeña empresa reconocida en toda la ciudad de Ibarra, logrando el posicionamiento en la comercialización de estos equipos informáticos ofreciendo a toda nuestra clientela una gran gama de productos de computación, garantizando siempre la calidad de estos.
- **Portafolio de productos y servicios propios:** Adicionalmente se presenta un portafolio de productos y servicios propios que permita a la pequeña empresa brindar un producto o servicio complementario.
- **Garantía integrada:** Este negocio ofrece una garantía íntegra en cada equipo, el mismo contará con dar un seguimiento durante un periodo brindando mantenimiento y cuidados necesarios para su buen funcionamiento.

#### 7.4. Impacto educativo - cultural

**CUADRO No.100**  
**IMPACTO EDUCATIVO - CULTURAL**

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Generación de conocimientos							X	3
2	Aplicaciones prácticas							X	3
3	Creación de nuevos valores							X	3
4	Nuevos aprendizajes							X	3
	<b>TOTAL</b>							<b>12</b>	<b>12</b>

**ELABORADO POR:** El autor

Impacto Educativo y Cultural =  $(\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

Impacto Educativo y Cultural =  $12/4$

Impacto Educativo y Cultural = 3

Nivel de impacto = Alto positivo

## ANÁLISIS:

- **Generación de conocimientos:** Al crear la pequeña empresa comercializadora de computadoras, se obtiene un impacto educativo cultural alto positivo, porque al empezar este negocio se genera conocimientos extras que no se han adquirido en las aulas.
- **Aplicaciones prácticas:** **Él objetivo de este negocio es** poner en práctica todos los conocimientos prácticos adquiridos y por ende todo el equipo de trabajo de la pequeña empresa mejorara el rendimiento de sus actividades.
- **Creación de nuevos valores:** El negocio consiste en la creación de nuevos valores donde tanto personas internas como externas sientan el avance comercial que la ciudad va obteniendo por los nuevos proyectos realizados.
- **Nuevos aprendizajes:** **Tanto el personal como los clientes** adquieren nuevos aprendizajes, ya que la pequeña empresa será la responsable de capacitar y asesorar continuamente a sus empleados y clientes tanto en el sector comercial como el de mantenimiento.

### 7.5. Impacto ambiental

**CUADRO No.101**  
**IMPACTO AMBIENTAL**

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Tratamiento de desechos tecnológicos					X			1
2	Disminución auditiva					X			1
3	Reciclaje de basura					X			1
4	Disminución de contaminación visual					X			1
	<b>TOTAL</b>					<b>4</b>			<b>4</b>

**ELABORADO POR:** El autor

Impacto Ambiental =  $(\Sigma \text{ Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

Impacto Ambiental =  $4/4$

Impacto Ambiental = 1

Nivel de impacto = Bajo positivo

## ANÁLISIS:

- **Tratamiento de desechos tecnológicos:** La pequeña empresa para combatir la presencia de impactos ambientales ha creado un plan de prevención donde se brindara capacitaciones continuas tanto al personal como al cliente para que den el uso adecuado de los equipos.
- **Contaminación auditiva:** además se verá libre de una contaminación auditiva porque el manejo de equipos será realizado por profesionales quienes se encargaran de proponer técnicas de utilización.
- **Reciclaje de basura:** El tratamiento del reciclaje de basura se basara de acuerdo a la clasificación de desechos que se obtengan por la obtención de los diferentes equipos.
- **Uso de la tecnología:** Todo el personal que pertenezca al departamento de ventas se mantendrá en constante capacitaciones sobre el manejo de la nueva tecnología, con la finalidad de asesorar a los clientes y poder evitar problemas futuros.

### 7.6. Impacto general

**CUADRO No.102**  
**IMPACTO GENERAL**

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Impacto Social							X	3
2	Impacto Económico						X		2
3	Impacto Comercial							X	3
4	Impacto Educativo – Cultural							X	3
5	Impacto Ambiental					X			1
	<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>12</b>

Elaborado por: La autora

Impacto General =  $(\Sigma \text{ Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

Impacto General =  $12/5$

Impacto General =  $2,40$

Nivel de impacto = Medio positivo

**ANÁLISIS:**

Con el análisis de todos los impactos planteados en este proyecto, se puede determinar que causará un impacto general medio positivo, ya que al establecer la pequeña empresa generará cambios positivos en la sociedad encaminados a ayudar económicamente a que cada usuario que necesite adquirir un equipo de cómputo, estableciendo sistemas de crédito y precios accesibles en donde el cliente se sienta comprometido a comprar los productos, y por ende obtener rendimientos económicos óptimos para la pequeña empresa y todo su equipo de trabajo, aplicando estrategias de negociación y brindando el trato que el cliente se merece, implementando valores éticos, capacitaciones continuas e implementando medidas de mitigación ambiental para no afectar el entorno.

## CONCLUSIONES

- El lugar donde se llevará a cabo el proyecto cuenta con las condiciones necesarias para el desarrollo del mismo, por lo que sí es ejecutable realizarlo.
- En la ciudad de Ibarra existe una demanda insatisfecha por cubrir, lo que hace posible captar este segmento, la oferta a nivel local es poca, no brinda una atención y servicio adecuado.
- Dentro del estudio técnico se logró determinar la ubicación del proyecto, como también los factores que determinan el tamaño del proyecto entre ellos: el mercado, la disponibilidad de recursos financieros, disponibilidad de recursos humanos, disponibilidad de proveedores y capacidad del proyecto, los mismos que una vez analizados le hacen factible al proyecto.
- Al aplicar los evaluadores financieros se ha obtenido resultados positivos y aceptables en cuanto se refiere al VAN, TIR, TRM. PRI y CB lo que significa que si es factible la creación de la pequeña empresa.
- Para la creación de la pequeña empresa se analizado aspectos de tipo estratégicos, organizacionales y legales, con el fin de brindar un buen servicio al cliente.
- Los resultados obtenidos por este trabajo son muy favorables tanto en el ámbito social, económico, comercial, educativo y cultural, ya que benefician a todo el sector de esta ciudad en forma positiva, lo que significa que este proyecto contribuirá al desarrollo de la sociedad y de su pequeña empresa.

## RECOMENDACIONES

- Aprovechar las condiciones que brinda la provincia en el abastecimiento de tecnología para la gestión de la pequeña empresa a corto plazo.
- Efectuar estudios de mercado permanentemente, con la finalidad de conocer su demanda real, para poder ofertar al consumidor, así como también actualizar los precios ya que son factores indispensables al momento de determinar la implementación de un proyecto.
- Establecer un excelente proceso de comercialización, con la finalidad de brindar un servicio oportuno y eficaz al cliente, y que cada persona ejecute bien sus funciones sin generar problemas de cuello de botella.
- Es importante llevar a cabo este tipo de proyecto, ya que se obtendrá beneficios a corto plazo y además se generará fuentes de empleo.
- Implementar normas administrativas y legales para asegurar el bienestar y seguridad de todos sus trabajadores, y aquellos inversionistas que deseen participar de las funciones económicas y empresariales de la misma.
- Realizar un adecuado manejo de los equipos tecnológicos en desuso mediante el reciclaje, con el fin de conservar el medio ambiente, y así fortalecer la comercialización.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F

AMARU, Antonio C. (2009). Fundamentos de Administración, Primera Edición, Pearson Educación, México.

ACHING, Guzmán C. (2007). Guía Rápida Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia.

BACA, Gabriel (2010). *Evaluación de Proyectos*, Sexta Edición, México, McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.

BRAVO, Mercedes, (2007). Contabilidad General, Séptima Edición, Quito-Ecuador, Editorial Nuevo Día.

COLLINS, Jane, (2009). Computación Básica Uno, Primera Edición, Editorial Alec. Estados Unidos

CUPPER, Roberto D. (2008). Fundamentos de informática, Segunda edición, Editorial, Mc Graw Hill, México D.F

DÍAZ, M. Ángel. (2008). David y Goliat Iniciación del Proyecto, Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México.

D' ALESSIO I. Fernando (2008). El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia, Primera Edición, Editorial Pearson, Educación México.

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia, Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.

FLORES U. Juan, (2007). Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda. Colombia.

GALINDO, R. Carlos J. (2008). Manual para la Creación de Empresas, Tercera Edición, Editorial Ecoe Ediciones. Colombia.

IVANCEVICH, John M., KONOPASKE, Robert., MATTESON, Michael T., (2008).Comportamiento Organizacional, Séptima Edición, McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C.V., México.

JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio, Cuarta Edición, Editorial McGrawHill, Bogotá Colombia.

KOTLER, Philip. (2008) Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

LOVELOCK, Christopher, & WIRTZ Jochen. (2009). Marketing de Servicios. Sexta Edición, Editorial Pearson Educación México.

LAMB, Charles W. (2007) Obra Marketing Octava Edición Editorial Thomson, México.

MUNCH Lourdes, (2010).Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo, Primera Edición, Editorial Prentice Hall Pearson, México.

MILLER Michael, (2008) Introducción a la informática, Primera Edición, Editorial Anaya, México.

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNANDEZ CHAVEZ Gisel, (2010). Administración de Proyectos, Primera Edición, Editorial Prentice Hall, PEARSON, Estado de México.

SAPAG, CH. Nassir & SAPAG, CH. Reinaldo Año (2008). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

VÁSQUEZ Lola y SALTOS Napoleón, (2007) Ecuador su realidad, fundación José Peralta, Quito Ecuador.

WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007) Administración Estratégica y Política de Negocios Décima Edición, Pearson Educación México.

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año (2010). Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

## LINCOGRAFÍA

<http://www.acurbelo/tecnologia-educacion>.

[http://.wordpress.com/ventajas-y-desventajas-de-la-tecnologia-en-el ámbito-educativo/](http://.wordpress.com/ventajas-y-desventajas-de-la-tecnologia-en-el-ambito-educativo/).

<http://www./servicios-informaticos-importancia/>.

<http://www.unav.edu/ventajas/servicios-informaticos>.

<http://www.monografias.com/computadora-mantenimiento>.

<http://www.mcafee.com/es/support/support-benefits.aspx>

[http://www.uppersoft.com./5-claves-para-un-buen-soporte.aspx\\_](http://www.uppersoft.com./5-claves-para-un-buen-soporte.aspx_)

# ***ANEXOS***

**ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA DE EXTRACTO SOCIAL MEDIO, MEDIO ALTO Y ALTO.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS  
SECCIONALES**

**Objetivo:** Conocer la situación actual

**1. ¿Cuál es el nivel de ingresos que usted percibe mensualmente?**

- Menos de 500 dólares ( )
- De 500 hasta 800 dólares ( )
- Más de 800 dólares ( )

**2. ¿En la actualidad dispone de computadora?**

- Si ( )
- No ( )

**3. ¿Qué número de computadoras posee en su hogar?**

- Una computadora ( )
- Dos computadoras ( )
- Tres computadoras ( )

**4. ¿En qué empresa acostumbra adquirir lo relacionado con su computador?**

- Novatec ( )
- World Computers ( )
- Hard Technologis ( )
- Movicom ( )
- Vasquin ( )
- Microdata ( )
- Point ( )
- Otras ( )

**5. ¿Ha considerado adquirir o renovar el equipo de computación?**

- Si ( )
- No ( )

**6. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en una computadora o laptop?**

- Menos de 500 dólares ( )
- De 500 a 1000 dólares ( )
- Más de 1000 dólares ( )

**7. ¿Qué tipo de computador prefiere?**

- PC de escritorio ( )
- Laptop ( )

**8. ¿Hace que tiempo dispone de computador?**

- Menos de 3 años ( )
- De 3 a 5 años ( )
- Más de 5 años ( )

**9. ¿Qué aspectos considera al momento de adquirir equipos de computación?**

- Marca ( )
- Precios ( )
- Atributos ( )

- Prestigio de la empresa ( )
- Calidad del producto y servicio ( )
- Otros ( )

**10. ¿Qué forma de pago prefiere al adquirir el equipo?**

- Al contado ( )
- A crédito ( )

**11. ¿Con que frecuencia adquiere repuestos y accesorios de equipos informáticos?**

- Trimestralmente ( )
- Semestralmente ( )
- Anualmente ( )

**12. ¿Qué accesorios necesita para su equipo?**

- Teclados ( )
- Mause ( )
- Impresoras ( )
- Parlantes ( )
- Tintas/Toners ( )
- Audífono ( )
- Webcams ( )
- Memory flash ( )

**13. ¿Qué tipo de servicios adicionales prefiere?**

- Asesoría en compra de equipos ( )
- Entrenamiento ( )
- Servicio de mantenimiento ( )
- Otras ( )

**14. ¿Es importante para usted contar con asesoría y servicio técnico especializado cuando realiza sus compras de equipos de computación?**

Si ( )

No ( )

**15. ¿Los precios de los productos y servicios de su actual proveedor son?**

Muy altos ( )

Altos ( )

Cómodos ( )

**16. ¿Su proveedor actual le proporciona servicios y productos que cubran sus requerimientos?**

Si ( )

No ( )

**17. ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse de productos y servicios tecnológicos?**

Diarios o revistas ( )

Internet o E-mail ( )

Tv ( )

Radio ( )

Material publicitario ( )

**18. ¿Le gustaría tener a su disposición, un almacén que le proporcione computadoras, repuestos, accesorios de calidad, precios accesibles y asistencia técnica?**

Si ( )

No ( )

**ANEXO B: ENTREVISTA APLICADA A REPRESENTANTES DE EMPRESAS QUE COMERCIALIZAN EQUIPOS INFORMATICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS  
SECCIONALES**

**Objetivo:** Conocer la situación actual

**1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?**

.....  
.....  
.....

**2. ¿Cuál es el promedio de ventas de computadoras semanalmente?**

.....  
.....  
.....

**3. ¿Cuál es el nivel de crecimiento de venta de computadoras anualmente?**

.....  
.....  
.....

**4. ¿Qué tipo de productos informativos comercializa?**

.....  
.....  
.....

**5. ¿Cómo establece los precios de sus productos?**

.....  
.....  
.....

**6. ¿Cuáles son sus proveedores?**

.....  
.....  
.....

**7. ¿Cómo considera la competencia de la venta de computadoras?**

.....  
.....  
.....

**8. ¿Considera rentable este negocio?**

.....  
.....  
.....

**9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para hacer conocer sus productos y servicios?**

.....  
.....  
.....

## ANEXO C: GASTOS

### ARRIENDO

	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Arriendo	2.600,00	31.200
<b>TOTAL</b>		<b>31.200</b>

### SERVICIOS BÁSICOS

	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Luz	40	480
Agua	15	180
<b>TOTAL</b>		<b>660</b>

### SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Teléfono	45	540
Internet	25	300
<b>TOTAL</b>		<b>840</b>

### MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Mantenimiento computación	15	180
<b>TOTAL</b>		<b>180</b>

**PUBLICIDAD**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Radio	200,00	600,00
Prensa	100,00	300,00
Página web	25,00	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>325,00</b>	<b>1200,00</b>

ANEXO D: PROFORMAS



PROFORMA  
N°09938

RUC:1091734547001

Ibarra, 03 de Octubre del 2013

Cliente: Darwin Romero

Dirección: Ibarra

TELF: 0972470732

Cant.			
3	Escritorio modular, Elaborado en melamínico Duraplac doble cara de 19cm. Contiene 1 faldón en melamínico, dos placas laterales en melamínico, 1 cajonera triple ancha en melamínico con sistema de seguridad para 3 gavetas. 1 porta teclado de riel con portalápices. Tamaño escritorio 120cm x 0.60cm.	150,00	450,00
3	Archivador vertical metalico, pintura electrostática consta de 1 cajón lapicero y 1 cajón para archivar carpetas solgantes. Con seguridad para las dos gavetas.	70,00	210,00
5	Sillón grande giratorio con brazos, tapiz en cuerina negra, sistema de regulación de altura.	60,00	300,00
8	Sillas visita 123 sin brazos escritura de aluminio, tapiz espalda y asiento en cuerina.	35,00	280,00
2	Mesa de trabajo rectangular, madera elaborada en melamínico duraplac 2m x 1.50m.	150,00	300,00
4	Exhibidor vertical, en vidrio laminado, con sistema de seguridad, consta de 3 bandejas.	140,00	560,00
5	Taburetes con brazos, tapiz en cuerina roja.	18,00	90,00
1	Mueble modular, vertical con divisiones de 0.30cm x 0.30cm, ganchos especiales para herramientas colgantes.	230,00	230,00
<b>Tiempo de Entrega:</b> 15 días Laborables		<b>Subtotal</b>	<b>2,160.71</b>
<b>Forma de Pago:</b> 50% Al Pedido y 50% a la Entrega			
<b>Validez Proforma:</b> Quince días		<b>IVA 12%</b>	<b>259.29</b>
<b>Tiempo de Garantía:</b> Un Año por daños de fabricación		<b>TOTAL \$</b>	<b>2,420.00</b>



RUC: 1091734547001  
Entregué Conforme  
Irene Játiva

Recibí Conforme

*Reinventamos espacios*  
Muebles para Oficina y Hogar

**Exhibición:** Pedro Moncayo y Olmedo Esq.  
(Frente al Banco Pacífico) Telfs: 2953-400 / 261  
**Fábrica:** Juan Montalvo 6-59 y Oviedo  
(Frente Iglesia San Francisco) Telf: 2612-791  
Ibarra - Ecuador



SOLO PIENSA  
LO QUE NECESITAS...  
Y NOSOTROS  
LO TENEMOS

PROFORMA

NOMBRE: Darwin Romero  
RUC: 1002754988  
DIR: Ibarra

FECHA: 03-Oct-13  
TELEF: 2600-654

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P.U	P. TOTAL
3	COMPUTADORAS DE ESCRITORIO DUAL CORE	725,00	2175,00
2	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN	150,00	300,00
1	IMPRESORA REGULADA POR EL SRI	120,00	120,00
2	TELÉFONO FIJO	110,00	220,00
2	SUMADORA CASIO	30,00	60,00
2	DISCO DURO INTERNO Y EXTERNO	90,00	180,00
1	ASPIRADORA	160,00	160,00
1	KIT DE LIMPIEZA INTERNA Y EXTERNA	60,00	60,00
SUBTOTAL:			2924,11
IVA 12%			350,89
TARIFA 0%			0,00
TOTAL			3275,00

Atentamente,

ING. GABRIEL ERAZO  
GERENTE

EXP PAPELERI@  
DISTRIBUIDORES  
RUC 1002008/85001

Información y Ventas: Sucre 10-70 entre Pérez Guerrero y Colón  
Teléfonos: (06) 2953 217 / (06) 2609 503 Telefax: (06) 2643 442 E-mail: expopapeleria@hotmail.com  
Ibarra - Ecuador