



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA

Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de equipos informáticos ubicada en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, Ecuador

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

AUTORES:

Luis Anderson Fuel Villarreal

Diego Iván Freire Escobar

DIRECTORA:

MSC. SANDRA MERCEDES GUEVARA LÓPEZ

IBARRA, 2022

RESUMEN

Este trabajo tiene como finalidad analizar la viabilidad de la implementación de un emprendimiento dedicado a la comercialización de equipos informáticos, el mismo que se ubicará en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, esto debido principalmente a que en esta localidad resulta complicado acceder a este tipo de productos a causa de la dificultad que conlleva conseguir repuestos o accesorios para los equipos electrónicos sin tener que esperar un tiempo excesivo o pagar demasiado por el mismo.

La investigación que se realizó cuenta con un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo, ya que se utilizaron herramientas de recolección de datos, tal como la ficha de observación y la encuesta, mediante las cuales se pudieron obtener datos que permitieron realizar un análisis minucioso de las diferentes variables que afectan al emprendimiento y así lograr determinar la situación actual en la localidad, a fin de lograr identificar las variables a tomar en cuenta, previo a la posible puesta en marcha del emprendimiento.

Tomando en cuenta las variables asociadas a la situación actual es necesario que en la localidad se cuente con un lugar en el cual el cliente pueda acceder a los productos tecnológicos de manera rápida y sobre todo sin tener que gastar cantidades excesivas de dinero, ya que al no existir una opción que se apegue a estos parámetros, los habitantes de esta localidad optan por adquirir este tipo de productos en otras ciudades y al ser una ciudad fronteriza, sobre todo optan por adquirirlos en el país vecino, debido a que los precios allí son más accesibles y este es solo uno de los problemas que se tiene que corregir, razón por la cual se ha optado por plantear esta propuesta para contribuir al desarrollo tanto de la ciudad en cuestión como también al país en general.

ABSTRACT

The purpose of this investigation is to analyze the viability for the implementation of an entrepreneurship dedicated to the commercialization of computer equipment, the same one that will be located in the city of Tulcán, province of Carchi, this is mainly due to the fact that in this locality, its problematic to access this type of products because of the difficulty that represent obtain spare parts or accessories for electronic equipment without having to wait an excessive time or pay too much for it.

The research that was carried out has both a qualitative and quantitative approach, since data collection tools were used, such as the observation sheet and the survey, through which data could be obtained and that allowed a detailed analysis of the different variables that affect the entrepreneurship and in this way be able to determine the current situation in the locality in order to identify the most important variables before to the possible start-up of the enterprise.

After doing the analysis of the variables associated with the current situation, it is necessary for the locality to have a place where the client can access to technological products quickly and, above all, without having to spend excessive amounts of money, since There is no option that adheres to these parameters, the inhabitants of this locality choose to acquire this type of products in other cities and as a border city, they choose to acquire them in the neighboring country, because the prices there are more accessible and this is just one of the problems that has to be corrected, which is why this option has been chosen to contribute to the development of both the city in question and the country in general.

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Directora de Trabajo de Grado presentados por los señores Freire Escobar Diego Iván y Fuel Villarreal Luis Anderson, para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, cuyo tema es **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPOS INFORMÁTICOS UBICADA EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI, ECUADOR**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 27 días del mes de julio 2022



Msc. Sandra Mercedes Guevara López
C.I:100254138-9
DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 14 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040155633-7		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Freire Escobar Diego Iván		
DIRECCIÓN:	El Olivo - Ibarra		
EMAIL:	difreire@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2987-165	TELÉFONO MÓVIL:	0983484957

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040151002-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Fuel Villarreal Luis Anderson		
DIRECCIÓN:	El Olivo - Ibarra		
EMAIL:	lafuelv@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2985-679	TELÉFONO MÓVIL:	0984806883

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPOS INFORMÁTICOS UBICADA EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI, ECUADOR
AUTOR (ES):	Freire Escobar Diego Iván, Fuel Villarreal Luis Anderson
FECHA: AAAAMMDD	2022/10/25
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	

PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Sandra Mercedes Guevara López

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 25 días del mes de octubre de 2022

EL AUTOR(ES):

(Firma)

Freire Escobar Diego Iván

(Firma)

Fuel Villarreal Luis Anderson

DEDICATORIA 1

Este trabajo va dedicado principalmente a Dios por su infinito amor y sabiduría para conmigo, a mi padre Rigoberto Freire y de manera especial a mi madre Graciela Escobar quien a pesar de las dificultades siempre estuvo conmigo dándome su apoyo y amor incondicional, también va dedicado a las personas que de una manera u otra me motivaron a seguir adelante como lo son mis hermanas.

Diego Freire

DEDICATORIA 2

Esta tesis está dedicada a mis padres Edgar Fuel y Magaly Villarreal quienes con su esfuerzo me han brindado la oportunidad de superarme, a mi mamita Olguita quien es mi abuelita y como olvidar a mi papito Efraín quien es mi abuelito y fue mi primer amigo y que sé que desde el cielo me verá y estará orgulloso de mí, también se la dedico a mis hermanos quienes con sus buenos deseos y confianza me han ayudado a creer en mí, a la hermana de mi madre y a todas las personas que han estado conmigo de una u otra manera para apoyarme y como muestra de mi aprecio hacía ellas dejaré sus iniciales a continuación: L, M, J, D, D, D, E, L,S.

Luis Fuel

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme llegar a cumplir con este objetivo, el cual no sería posible, de no ser por las personas y bendiciones que ha enviado a mi vida. A mis padres, quienes han sido mi apoyo y fortaleza durante este proceso, a mis hermanas, y amigos que siempre estuvieron conmigo dándome ánimos.

De igual manera me gustaría agradecer a mis docentes y tutores quienes compartieron conmigo sus conocimientos y experiencias, por lo cual estoy seguro seré un profesional de bien que aporte a nuestra sociedad

Diego Freire

Agradezco al destino y a la vida por dejarme culminar con tranquilidad mi etapa universitaria y principalmente agradezco a mis padres por tener ese sueño de verme en este punto de mi vida, ellos hicieron todo lo que estaba a su alcance y más para darme lo que me hiciera falta para que yo pudiera sobrellevar cualquier adversidad que se me presentara durante el proceso de adquirir conocimientos.

A todas las experiencias vividas en esta etapa también les agradezco porque gracias a ellas he podido madurar y fortalecer mi carácter.

Por último quiero mencionar que estoy muy agradecido con aquellos docentes que me compartieron sus conocimientos y sentimientos para que yo pudiera crecer como profesional y como persona de bien.

Luis Fuel

INDICE

RESUMEN	II
ABSTRACT.....	III
APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO.....	IV
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	V
DEDICATORIA 1	VII
DEDICATORIA 2	VIII
AGRADECIMIENTO	IX
CAPÍTULO I	1
1. Diagnóstico.....	1
1.1. Introducción	1
1.2. Objetivo.....	1
1.3. Determinación y justificación del problema	1
1.4. Propuesta de la idea de negocio	3
1.5. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios	4
1.6. Identificación de las variables diagnósticas	6
1.7. Matriz Diagnóstica	7
1.8. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio	9
1.8.1. Situación del macro ambiente.....	9
1.8.2. Situación competitiva de la Industria.....	19
1.9. Matriz AOOR.....	23
1.10. Conclusión Diagnóstica.....	24

CAPÍTULO II.....	26
2. Fundamentación Teórica.....	26
2.1. Introducción	26
2.2. Objetivo.....	27
2.3. Fundamentos Teóricos	27
2.3.1. Fundamentación metodológica.....	27
2.3.2. Fundamentación de la propuesta.....	32
CAPÍTULO III.....	47
3. Propuesta.....	47
3.1. Introducción	47
3.2. Objetivo general	48
3.2.1. Objetivos específicos	48
3.3. Modelo de negocio.....	49
3.3.1. Lienzo CANVAS	50
3.4. Estudio de mercado.....	54
3.4.1. Objetivo.....	54
3.4.2. Diseño de la investigación de mercados	55
3.4.3. Variables del estudio de mercado	56
3.4.4. Segmentación de mercados.....	58
3.4.5. Clientes	58
3.4.6. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	58

3.4.7.	Instrumentos de recolección	60
3.4.8.	Resultados y discusión	61
3.4.9.	Análisis de la demanda	82
3.4.10.	Análisis de la oferta	83
3.4.11.	Demanda insatisfecha	84
3.4.12.	Estrategias de comercialización	84
3.5.	Estudio técnico – administrativo	86
3.5.1.	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	86
3.5.2.	Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa.....	88
3.5.3.	Ingeniería del proyecto	89
3.5.4.	Identificación y descripción de los procesos	91
3.5.5.	Estructura organizativa y administrativa	96
3.5.6.	Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual.....	121
3.6.	Estudio financiero	136
3.6.1.	Inversiones y capital de trabajo.....	136
3.6.2.	Costos y Gastos.....	141
3.6.3.	Ingresos	143
3.6.4.	Estado de Situación Financiera.....	149
3.6.5.	Estado de Resultados	151
3.6.6.	Flujo de caja.....	152

3.6.7.	Flujo del Proyecto	152
3.7.	Análisis Financiero.....	153
3.7.1.	Cálculo del Valor Actual Neto.....	153
3.7.2.	Cálculo de la tasa interna de retorno.....	154
3.7.3.	Período de recuperación de la Inversión.....	154
3.7.4.	Análisis Costo / Beneficio	155
3.7.5.	Punto de Equilibrio	156
3.8.	Gestión de riesgos	156
3.8.1.	Identificación de Riesgos.....	156
3.8.2.	Análisis de Riesgos.....	157
3.8.3.	Resultados de la evaluación.....	159
3.9.	Conclusión de la propuesta	160
CAPÍTULO IV.....		163
4.	Validación	163
4.1.	Introducción	163
4.2.	Descripción del estudio	163
4.3.	Objetivo.....	163
4.4.	Equipo de trabajo	164
4.5.	Método de verificación.....	164
4.6.	Método de calificación	166

4.7. Rango de interpretación	167
4.8. Resultados	167
4.9. Análisis:.....	177
Bibliografía	181

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Variables e indicadores diagnósticos</i>	6
<i>Tabla 2 Matriz Diagnóstica</i>	7
<i>Tabla 3 Análisis Político Legal</i>	9
<i>Tabla 4 PIB Ecuador</i>	13
<i>Tabla 5 Inflación</i>	14
<i>Tabla 6 Balanza Comercial</i>	14
<i>Tabla 7 Canasta Familiar Básica</i>	15
<i>Tabla 8 Tasa de empleo, desempleo y subempleo</i>	16
<i>Tabla 9 Ficha de Observación</i>	21
<i>Tabla 10 Matriz AOR</i>	23
<i>Tabla 11 Población</i>	30
<i>Tabla 12 Lienzo CANVAS</i>	50
<i>Tabla 13 Variables del estudio de mercado</i>	56
<i>Tabla 14 Segmentación de mercados</i>	58
<i>Tabla 15 Cálculo de la muestra</i>	59
<i>Tabla 16 Tamaño de la muestra calculado</i>	59
<i>Tabla 17 Género</i>	61
<i>Tabla 18 Edad</i>	62
<i>Tabla 19 Ocupación</i>	63
<i>Tabla 20 Lugar de Residencia</i>	64
<i>Tabla 21 Lugar en el que es más necesario contar con equipos informáticos</i>	65
<i>Tabla 22 Ciudad en la que adquiere equipos informáticos</i>	66
<i>Tabla 23 Equipo informático más importante</i>	67
<i>Tabla 24 Experiencia al comprar</i>	68
<i>Tabla 25 Actividades en la que se usa el computador con mayor frecuencia</i>	69
<i>Tabla 26 Preferencia entre equipo preensamblado y personalizado</i>	70
<i>Tabla 27 Tiempo de renovación del computador</i>	71
<i>Tabla 28 Maneras adquirir equipos informáticos</i>	72
<i>Tabla 29 Precio de ordenador de escritorio</i>	73
<i>Tabla 30 Precio de computador portátil</i>	74
<i>Tabla 31 Conformidad con los precios</i>	75
<i>Tabla 32 Medios de difusión</i>	76
<i>Tabla 33 Red social más utilizada</i>	77
<i>Tabla 34 Promociones</i>	78
<i>Tabla 35 Forma de pago</i>	79
<i>Tabla 36 Factor que influye en la decisión de compra</i>	80
<i>Tabla 37 Disposición de adquirir equipos informáticos en “BIGDTA”</i>	81
<i>Tabla 38 Análisis de la demanda</i>	82
<i>Tabla 39 Análisis de la Oferta</i>	83
<i>Tabla 40 Ubicación</i>	87

Tabla 41 Descripción de las partes de un ordenador de escritorio	92
Tabla 42 Matriz aclaratoria del subproceso P02 - S01 Selección de proveedores	108
Tabla 43 Matriz aclaratoria del subproceso P02 - S02 Compra.....	108
Tabla 44 Matriz aclaratoria del subproceso P02 - S03 Compra.....	109
Tabla 45 Matriz aclaratoria del subproceso P03 - S01 Ingreso y bodegaje	110
Tabla 46 Matriz aclaratoria del subproceso P04 – S01 Venta de equipos en el local	111
Tabla 47 Matriz aclaratoria del subproceso P04 – S02 Venta de equipos en la tienda en línea	112
Tabla 48 Matriz aclaratoria del subproceso P04 – S03 Venta de equipos personalizados	113
Tabla 49 Manual de funciones	116
Tabla 50 Inversión fija muebles y enseres.....	136
Tabla 51 Inversión fija maquinarias y equipo.....	137
Tabla 52 Inversión fija equipo de computo	138
Tabla 53 Total Inversión fija	138
Tabla 54 Capital de trabajo	139
Tabla 55 Total inversión inicial	139
Tabla 56 Fuentes de financiamiento.....	140
Tabla 57 Tasa de Descuento.....	140
Tabla 58 Detalle inventario utilizado en un ordenador de escritorio estándar	141
Tabla 59 Costo de adquisición de otros productos	142
Tabla 60 Presupuesto de Costos.....	142
Tabla 61 Tabla resumen.....	143
Tabla 62 Presupuesto de ventas	144
Tabla 64 Gastos de Administración y Ventas	145
Tabla 65 Sueldos Personal de ventas	145
Tabla 66 Sueldo Personal de Administración	146
Tabla 67 Gastos Operativos	146
Tabla 68 Datos del préstamo.....	147
Tabla 69 Tabla de amortización del préstamo	148
Tabla 70 Costos de Financiación y pago de préstamo.....	149
Tabla 71 Depreciación	149
Tabla 72 Estado de Situación Financiera Proyectado	150
Tabla 73 Estado de Resultados.....	151
Tabla 74 Flujo de caja.....	152
Tabla 75 Flujo del proyecto	152
Tabla 76 VAN.....	153
Tabla 77 TIR.....	154
Tabla 78 Periodo de recuperación	155
Tabla 79 Análisis Costo/Beneficio.....	155
Tabla 81 Criterios de Gravedad.....	157
Tabla 82 Criterios de probabilidad.....	157
Tabla 83 Matriz de Riesgos	158
Tabla 84 Matriz de Riesgos	158
Tabla 85 Controles del Riesgo	159
Tabla 86 Equipo de trabajo.....	164
Tabla 87 Matriz de verificación	164
Tabla 88 Rango de interpretación	167
Tabla 89 Matriz de validación tutor.....	168
Tabla 90 Matriz de validación oponente 1	171
Tabla 91 Matriz de validación oponente 2	174
Tabla 92 Resultados totales.....	177

INDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Mapa de empatía.....</i>	<i>51</i>
<i>Ilustración 2 Género.....</i>	<i>61</i>
<i>Ilustración 3 Edad.....</i>	<i>62</i>
<i>Ilustración 4 Ocupación.....</i>	<i>63</i>
<i>Ilustración 5 Lugar de Residencia.....</i>	<i>64</i>
<i>Ilustración 6 Lugar en el que es más necesario contar con equipos informáticos.....</i>	<i>65</i>
<i>Ilustración 7 Ciudad en la que adquiere equipos informáticos.....</i>	<i>66</i>
<i>Ilustración 8 Equipo informático más importante.....</i>	<i>67</i>
<i>Ilustración 9 Experiencia al comprar.....</i>	<i>68</i>
<i>Ilustración 10 Actividades en la que se usa el computador con mayor frecuencia.....</i>	<i>69</i>
<i>Ilustración 11 Preferencia entre equipo preensamblado y personalizado.....</i>	<i>70</i>
<i>Ilustración 12 Tiempo de renovación del computador.....</i>	<i>71</i>
<i>Ilustración 13 Maneras de adquirir equipos informáticos.....</i>	<i>72</i>
<i>Ilustración 14 Precio de ordenador de escritorio.....</i>	<i>73</i>
<i>Ilustración 15 Precio de computador portátil.....</i>	<i>74</i>
<i>Ilustración 16 Conformidad de los precios.....</i>	<i>75</i>
<i>Ilustración 17 Medios de difusión.....</i>	<i>76</i>
<i>Ilustración 18 Red social más utilizada.....</i>	<i>77</i>
<i>Ilustración 19 Promociones.....</i>	<i>78</i>
<i>Ilustración 20 Forma de pago.....</i>	<i>79</i>
<i>Ilustración 21 Factor que influye en la decisión de compra.....</i>	<i>80</i>
<i>Ilustración 22 Factor que influye en la decisión de compra.....</i>	<i>81</i>
<i>Ilustración 23 Macro localización.....</i>	<i>86</i>
<i>Ilustración 24 Plano de planta.....</i>	<i>90</i>
<i>Ilustración 25 Mapa de procesos.....</i>	<i>101</i>
<i>Ilustración 26 Subproceso P02 - S01 Selección de proveedores.....</i>	<i>102</i>
<i>Ilustración 27 Subproceso P02 - S02 Selección de productos.....</i>	<i>102</i>
<i>Ilustración 28 Subproceso P02 - S03 Compra.....</i>	<i>103</i>
<i>Ilustración 29 Subproceso P03 - S01 Ingreso y bodegaje.....</i>	<i>104</i>
<i>Ilustración 30 Subproceso P04 - S01 Venta de equipos en el local.....</i>	<i>105</i>
<i>Ilustración 31 Subproceso P04 - S02 Venta en la tienda en línea.....</i>	<i>106</i>
<i>Ilustración 32 Subproceso P04 - S03 Venta de equipos personalizados.....</i>	<i>107</i>
<i>Ilustración 33 Organigrama Estructural.....</i>	<i>114</i>
<i>Ilustración 34 Proceso para Constituir una Compañía Anónima.....</i>	<i>123</i>
<i>Ilustración 35 Proceso de Reserva de denominación.....</i>	<i>124</i>
<i>Ilustración 36 Proceso de inscripción en el Registro Mercantil Trámite presencial y en línea.....</i>	<i>127</i>

<i>Ilustración 37 Proceso para obtener el Certificado de Cumplimiento de Obligaciones.....</i>	<i>129</i>
<i>Ilustración 38 Proceso para sacar el RUC Trámite presencial</i>	<i>130</i>
<i>Ilustración 39 Proceso para sacar el RUC Trámite en línea</i>	<i>131</i>
<i>Ilustración 40 Proceso de Registro de marca.....</i>	<i>132</i>
<i>Ilustración 41 Trámite para el Registro de la marca</i>	<i>133</i>
<i>Ilustración 42 Trámite para obtener la patente municipal.....</i>	<i>134</i>
<i>Ilustración 43 Trámite para sacar el permiso de funcionamiento del cuerpo de Bomberos de Tulcán</i>	<i>135</i>

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico

1.1. Introducción

Es conocido que a la hora de emprender existen varios factores que influyen en la decisión de realizar o no una inversión para poner en marcha dicho negocio, es así como se hace necesario elaborar un estudio previo para lograr identificar las oportunidades y los posibles riesgos a los que tendrá que hacer frente el emprendimiento.

En este capítulo se analizan los factores que intervienen a la hora de ejecutar la propuesta y como estos permiten tener un contexto de lo que ocurre actualmente en el mercado meta, tales como la determinación y justificación del problema, la idea de negocio, y la parte innovadora del mismo, además se realizará un análisis de factores políticos, tecnológicos, económicos y culturales, dirigidos a conocer la factibilidad de la puesta en marcha del emprendimiento propuesto, el cual se trata de una empresa dedicada a la comercialización de equipos informáticos ubicada en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi.

1.2. Objetivo

Diagnosticar la situación relacionada con la necesidad de una empresa dedicada a la comercialización de equipos informáticos ubicada en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, Ecuador.

1.3. Determinación y justificación del problema

Uno de los principales problemas al momento de intentar adquirir un producto en la localidad es el tiempo de espera prolongado que soporta el cliente cuando no encuentra un repuesto para su equipo, esto es resultado del ineficiente manejo del stock de los productos en cada una de las tiendas de equipos informáticos existentes por lo que es común que recurran a pasar a la ciudad fronteriza de Colombia, Ipiales, para conseguir productos informáticos, lo que conlleva un riesgo para la persona que evade impuesto en aduana y sus productos podrían ser requisados.

Por otro lado si el cliente logra encontrar lo que necesita en la localidad de Tulcán muchas veces el precio que este tiene provoca que el comprador decline su compra y recurra a sitios online de empresas ubicadas en otras ciudades las cuales ofrecen el mismo artículo a un mejor precio, el cual incluso luego de cubrir el coste de envío resulta mucho más económico y prefieren adquirirlo en estos puestos aun si tienen que esperar para lograr tener el producto en sus manos, esto es consecuencia de un limitado número de oferta local que pueda adquirir esos productos y comercializarlos a precios justos, ya que el valor de venta al público en las tiendas de informática locales no son analizados de acuerdo al costo de adquisición y de la oferta existente en el mercado.

Los problemas mencionados anteriormente hacen que las personas que deseen actualizar uno de sus productos o conseguir un repuesto o dispositivo nuevo prefieran quedarse con sus equipos antiguos ya que muchos desconocen cómo realizar una compra online y no desean arriesgarse a ser estafados al momento de adquirir un producto ofertado en diversas páginas de internet, esto a su vez provoca que el cliente el cual puede ser un ciudadano o un local de alquiler de computadores arriesguen datos personales debido a que un equipo desactualizado constituye

un riesgo para la información personal, ya que estos son más propensos a sufrir ataques informáticos como virus o los conocidos hackers.

Además, hay que mencionar que la atención al cliente se ve afectada por una mala elección de personal por parte de algunas de las tiendas de informática, las cuales no se aseguran de que las personas que ponen a cargo de las ventas del producto proporcionen al consumidor una experiencia adecuada que ocasione que estos quieran regresar a adquirir otros productos para así crear una conexión y volverlos clientes frecuentes.

Es necesario la implementación de una tienda de equipos informáticos que ofrezca una atención al cliente personalizada y adecuada a las necesidades que estos tengan, en la cual la población pueda adquirir productos respaldados con sus respectivos plazos de garantía, sin periodos de espera demasiado prolongados y los cuales sean de calidad y precios apropiados.

Crear una empresa comercializadora de equipos informáticos la cual cuente con un sistema adecuado para el manejo de su inventario, procesos de venta y atención al cliente eficiente, y de esta manera permita al consumidor adquirir un producto sin tener que recurrir a otros medios los cuales pueden afectar tanto en tiempo como económicamente.

1.4. Propuesta de la idea de negocio

Crear una empresa dedicada a la comercialización de equipos informáticos como placas base, procesadores, memorias RAM, SSD, HDD, Fuentes de poder, cables de energía y datos, periféricos tales como monitores, audífonos, teclados, mouse, webcams, micrófonos, impresoras, ordenadores portátiles, ordenadores de mesa, repuestos para ordenadores portátiles y de mesa, Smartphones y repuestos, periféricos de audio y video, consolas de videojuegos, accesorios, carcasas y estuches relacionados con la comunidad gamer, además de la prestación de servicios

de asesoría y servicio técnico, la cual estará ubicada en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, Ecuador.

Los principales clientes de la empresa serán Streamers, gamers y personas de 20 a 69 años, de la ciudad de Tulcán y ciudades aledañas. El modelo de negocio de la empresa es Business to consumer, los productos están dirigidos para el consumidor final, el emprendimiento se enfoca en la venta de activos de toda clase relacionados con el ámbito informático tanto en lo referente a software como hardware a través de una página web la cual permita la visualización y compra de los equipos en caso de que no pueda visitar la tienda física.

El tipo de empresa que se plantea establecer es una sociedad anónima porque según la Ley de Compañías es una sociedad cuyo capital está formado por la aportación de los accionistas lo cual es conveniente para el crecimiento y apoyo que se necesita para lograr los objetivos de expansión que se ha planteado. Beneficios en el ámbito tributario en función de términos de los accionistas

1.5. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

Además de contar con equipos informáticos de gran calidad y precio, el emprendimiento plantea la posibilidad al cliente de vender sus equipos con imperfecciones en su funcionalidad a un precio justo o bien elaborar un nuevo producto con uno que ellos dispongan en su hogar que ya no estén utilizando por daños o por ser equipos que podrían considerarse obsoletos, por ejemplo si cuentan con un ordenador portátil el cual tenga aun la pantalla en buen estado, esta puede transformarse en un centro de entretenimiento o en el caso de que tenga su pantalla en mal estado la cual no pueda ser reemplazada pero lo demás funcione correctamente, esta puede pasar de ser un ordenador portátil a uno de sobremesa mediante ciertas modificaciones, esto contribuye a que estos equipos sean reciclados en lugar de ser desechados.

Es conocido que no siempre se puede contar con cada producto al momento pero para agilizar el proceso de ventas el emprendimiento plantea la posibilidad de tener una página web para realizar consultas y compras online y a la vez en la recepción del local de la empresa contar con una pantalla en la que el cliente pueda auto gestionar su proceso al ingresar el código del producto o la descripción de este y así pueda observar si su producto está disponible al momento sin tener que acudir directamente a un empleado de la empresa, así el cliente puede agilizar el proceso de compra o a su vez el proceso de adquisición de un repuesto, ya que si no se dispone de un producto se podrá dejar una solicitud para que el equipo pueda asesorar la adquisición del mismo en el menor tiempo posible.

Para ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente el emprendimiento tiene como objetivo contar con la mayor cantidad de inventario para dar la posibilidad a los consumidores de encontrar lo que buscan a un buen precio y sin la tediosa espera que supone la poca disponibilidad de ciertos productos en la ciudad y la provincia, para esto planteamos la adquisición e implementación de un sistema de gestión de inventario en el que podamos registrar los productos con mayor demanda de los clientes y también productos que son escasos en la localidad y así lograr que al momento en el que el cliente acuda en busca de un dispositivo o de un repuesto para sus equipos, pueda encontrarlo en stock y a un precio asequible. Además, se planea implementar un CRM (Customer Relationship Management), la cual es una plataforma que permitirá gestionar de manera más eficiente la relación con el cliente. El CRM almacena información de clientes actuales y potenciales, almacena el nombre, dirección, teléfono, sus actividades y puntos de contacto con la empresa, incluyendo visitas a sitios, llamadas telefónicas, e-mails, entre otras interacciones, de esta manera podremos anticipar necesidades y deseos, optimizar la rentabilidad y aumentar las ventas.

1.6. Identificación de las variables diagnósticas

Tabla 1 Variables e indicadores diagnósticos

Variables	Indicadores
Factor político legal	<ul style="list-style-type: none">• Constitución de la República del Ecuador• La Ley Orgánica para el Desarrollo Fronterizo• Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación• Ley de Régimen Tributario Interno
Factor Socio Cultural	<ul style="list-style-type: none">• INEC (Población, calidad de vida)• FLACSO, artículo relacionado con el contrabando en zona fronteriza (conducta de consumo)
Factor Económico	<ul style="list-style-type: none">• PIB• PIB por industria• Inflación• Riesgo País• Tasa de interés• Balanza comercial• Ingreso familiar vs. Canasta Básica• Empleo y subempleo
Factor Tecnológico	<ul style="list-style-type: none">• Exportaciones e importaciones de alta tecnología• Oferta y demanda de tecnología
Posición de la industria en el mercado	<ul style="list-style-type: none">• La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector• Poder de negociación de los proveedores• Poder de negociación de los clientes• La amenaza de nuevos entrantes• La amenaza de productos o servicios sustitutos

Elaborado por: Los autores

1.7. Matriz Diagnóstica

Tabla 2 Matriz Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Conocer las políticas legales que intervienen en la implementación del emprendimiento	Factor político legal	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución • Leyes • Leyes Orgánicas • Ordenanzas 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental • Bibliográfico 	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución de la República del Ecuador • La Ley Orgánica para el Desarrollo Fronterizo • Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación • Ley de Régimen Tributario Interno
Determinar si las características socio culturales de la Provincia del Carchi son aptas para la implementación del emprendimiento	Factor Socio Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Calidad de vida • Conductas de consumo 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis • Documental • Bibliográfica • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Población de Tulcán • INEC • FLACSO
Analizar si la economía es apta para la implementación del emprendimiento	Factor Económico	<ul style="list-style-type: none"> • PIB • PIB por industria • Inflación • Riesgo País • Tasa de interés • Balanza comercial • Ingreso familiar vs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental • Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Banco Central del Ecuador • Fondo monetario internacional • CEPAL • INEC • PDOT

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
		<ul style="list-style-type: none"> • Canasta Básica • Empleo y subempleo 		
Conocer la vanguardia del mercado tecnológico	Factor Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta y demanda de tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Documental • Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Sitios web • Empresas comercializadoras de equipos informáticos existentes en Tulcán
Conocer a los Principales competidores de la industria en el sector en el que se va a ubicar el emprendimiento	Posición de la industria en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> • La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector • Poder de negociación de los proveedores • Poder de negociación de los clientes • La amenaza de nuevos entrantes • La amenaza de productos o servicios sustitutos 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Documental • Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado de equipos tecnológicos • Sitios web

Elaborado por: Los autores

1.8. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio

1.8.1. Situación del macro ambiente

1.8.1.1. Político legal

El entorno empresarial está cambiando y las políticas públicas implementadas en el país son las de mayor impacto, por lo que es importante estar al tanto de las últimas políticas y leyes relacionadas con el emprendimiento que se planea poner en marcha.

Los estatutos, organismos públicos y movimientos políticos que influyen en diversas organizaciones e individuos de una sociedad y los restringen, son los que conforman el entorno político legal. En particular, se analizará las leyes y normas que regulan la barrera de entrada a nuevas empresas dedicadas a la comercialización de equipos informáticos.

Tabla 3 Análisis Político Legal

Normativa Legal	Artículos	Análisis
Constitución de la Republica	Art. 249	Un emprendimiento ubicado en ciudades fronterizas puede verse beneficiado gracias a la atención preferente que se da a este tipo de localidades de parte del gobierno con respecto al ámbito económico, pero también hay desventajas propias del comercio entre países fronterizos como lo son el contrabando y la tasa de cambio diferente que puede beneficiar a un país más que a otro. (Constitución, 2008)

Normativa Legal	Artículos	Análisis
Ley Orgánica para el Desarrollo Fronterizo	Art. 4	Este artículo plantea el desarrollo del intercambio comercial entre los sectores productivos transfronterizos bajo los principios de complementariedad y equidad, es decir trata de fomentar un comercio más justo entre comunidades fronterizas. (Fronterizo, 2019)
Ley Orgánica para el Desarrollo Fronterizo	Art. 29	Para asegurar el desarrollo socioeconómico de los cantones fronterizos, la atención preferencial del Estado se orientará a lograr cambios sociales profundos tendientes a la erradicación de la pobreza y a la construcción de un sistema económico justo, democrático, productivo y sustentable, que asegure la distribución adecuada de los beneficios y genere trabajo digno a sus poblaciones (Fronterizo, 2019)
Ley Orgánica para el Desarrollo Fronterizo	Art. 31	Este artículo propone estímulos para el desarrollo socioeconómico, en zonas fronterizas como lo pueden ser la exoneración total o parcial de tributos de acuerdo con la ley y la exoneración de aranceles en la importación de equipos y maquinaria. (Fronterizo, 2019)
Ley Orgánica para el Desarrollo Fronterizo	Art. 40	A fin de mejorar las oportunidades de la producción fronteriza, la institución encargada de la producción brindará, la asistencia técnica y financiera necesaria, para que se generen y promocionen marcas propias, correspondientes a los productos potenciales de cada uno de los territorios fronterizos. (Fronterizo, 2019)

Normativa Legal	Artículos	Análisis
Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación	Art. 17	Este artículo tiene como objetivo la priorización de emprendimientos en zonas fronterizas para lo cual propone promover políticas y directrices que favorezcan la inversión pública y privada, para emprendimientos que surjan en este tipo de territorios, además de manejarlos bajo el régimen de atención preferencial. (Emprendimiento, 2020)
Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación	Art. 28	De acuerdo con este artículo, un emprendimiento puede verse beneficiado con fondos de capital semilla, capital de riesgo y capital ángel, para su financiamiento. (Emprendimiento, 2020)
Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación	Art. 29	Las entidades del sector financiero público establecerán el programa de crédito del Sector Financiero Público de manera anual, orientado principalmente en la innovación, emprendimiento y el desarrollo tecnológico que fortalezca el ecosistema emprendedor. Por su parte, la Banca Pública deberá establecer los productos y servicios con condiciones favorables en plazo, tasa y periodos de gracia para impulsar el emprendimiento en el país, considerando también condiciones especiales para grupos de atención prioritaria. (Emprendimiento, 2020)

Elaborado por: Los autores

1.8.1.2. Socio cultural

Población del Carchi. Según las proyecciones demográficas de (*INEC, Proyecciones Poblacionales, 2010*) en el territorio carchense habitan 186.869 personas, de las cuales 107.033 se encuentran en el grupo etario con una edad entre 20 a 69 años, es decir el 57% de la población del Carchi son posibles consumidores de equipos informáticos. Así mismo se ha obtenido las proyecciones demográficas del cantón Tulcán de esta manera se conoce que en el territorio tulcanense habitan 102.395 personas, es decir la mayoría de nuestros posibles consumidores serán de la ciudad de Tulcán.

Calidad de vida. Según datos proporcionados por la Encuesta de Condiciones de vida realizada por (*INEC, Encuesta de Condiciones de vida, 2014*) se conoce aspectos de los habitantes de la provincia del Carchi como la desocupación, como viven con los ingresos percibidos, la situación económica actual y el índice de pobreza en el hogar. Se puede concluir que el 62% de los habitantes de la provincia del Carchi si trabajan al menos una hora. El 76% de los habitantes del territorio carchense viven más o menos bien. La mayoría de las familias de la provincia del Carchi tienen un ingreso de 200 a 400 dólares, lo cual les permite estar dentro del promedio mínimo de ingresos que necesita una familia, a excepción de Mira que está por debajo del promedio mínimo de ingresos que necesita una familia. El 74,6% de los habitantes logran equilibrar ingresos y gastos y un 5,8% de la población le sobran sus ingresos para poder ahorrar. También se pudo determinar que solo el 7,4% de la población es muy pobre. Estos datos nos permiten conocer que más de dos tercios de la población de la provincia del Carchi tiene una calidad de vida que le permite satisfacer sus necesidades básicas y además cubrir gastos extras, por lo que es posible que tengan la capacidad económica de comprar equipos informáticos que le hagan falta en su hogar.

Conductas de consumo. Debido a la depreciación del peso colombiano es más barato para el pueblo Tulcanéño comprar productos en la ciudad de Ipiales, a pesar de resoluciones impuestas por la Aduana para disminuir el contrabando la gente tiende a conseguir sus productos electrónicos en territorio colombiano por razones de precio y de calidad del producto. Al ser zona fronteriza el contrabando de productos está muy arraigado en la población de Tulcán, esto se debe a la búsqueda de productos de calidad y con un precio más asequible, esto representa un riesgo para el consumidor porque la aduana al encontrar el producto que intenta pasar sin pagar los respectivos impuestos procede a la requisa del producto. *(FLACSO, 2015)*

1.8.1.3. Económico

Si bien el PIB en Ecuador venía en ascenso, el choque de la pandemia del COVID-19 en la economía hace que exista una caída drástica de todos los componentes de la demanda, debido a que las personas ahora consideran más pertinente contar con un fondo emergente para poder cubrir las necesidades básicas y gastan mucho menos en artículos de otra índole.

Tabla 4 PIB Ecuador

PIB ECUADOR						
Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
PIB (Miles de Millones)	99290	99938	104296	107562	107436	96.676
PIB per Cápita	6124,49	6060,09	6213,5	6295,94	6183,82	5.316

Fuente: Banco Mundial

En comparación a periodos anteriores en los cuales la inflación no había aumentado significativamente sino que por el contrario se había mantenido baja, para 2020 la inflación muestra un índice negativo, esto no necesariamente implica que la economía está creciendo sino que por lo contrario, en la mayoría de los casos la falta de consumo de productos hace que los

precios bajen y este indicador se torne negativo, es decir el consumo de una gran variedad de mercancías dentro del país ha disminuido debido quizá al fuerte impacto del covid-19 en la economía.

Tabla 5 Inflación

INFLACIÓN, PRECIOS AL CONSUMIDOR (% ANUAL)						
Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Porcentaje	3,97	1,73	0,42	-0,22	0,27	-0,93

Fuente: Banco mundial

En 2020 Ecuador en su Balanza comercial registró un superávit de 3.239,8 millones de dólares, esto representa un cambio importante con respecto a anteriores periodos, en los cuales la balanza comercial fue menor o incluso negativa, aunque esta variación se debe al descenso de las importaciones debido en gran parte a la reducción de la demanda interna causada por la grave crisis económica por la cual está pasando el país y el mundo, esto también ha provocado que las exportaciones con respecto a años anteriores sean menores.

Tabla 6 Balanza Comercial

ECUADOR - BALANZA COMERCIAL				
Período	EXPORTACIONES FOB	IMPORTACIONES FOB	BALANZA COMERCIAL	INDICE DE COBERTURA
2016	16.797,7	15.566,4	1.231,3	107,91
2017	19.092,4	19.033,1	59,3	100,31
2018	21.628,0	22.105,6	-477,6	97,84
2019	22.329,4	21.509,3	820,1	103,81
2020	20.226,6	16.986,8	3.239,8	119,07

Fuente: BCE

En 2020 el ingreso familiar mensual promedio fue de \$ 710,08, en tanto que el costo de la canasta básica fue de 746,67 esto implica que el ingreso familiar promedio no alcanza a cubrir el costo total de la canasta familiar básica, el cuál en comparación a periodos anteriores ha aumentado mientras que el ingreso a disminuido, además cabe señalar que el salario básico unificado para 2020 fue de \$400 dólares, es decir que si una familia solamente tiene una persona trabajando este sueldo apenas alcanza a cubrir aproximadamente el 53% de la canasta básica familiar.

Tabla 7 Canasta Familiar Básica

CANASTA FAMILIAR BÁSICA					
BASE: noviembre de 1982 = 100					
MESES	AÑOS	INGRESO FAMILIAR MENSUAL (dólares)	COSTO CANASTA BÁSICA (dólares)	RESTRICCIÓN / EXCEDENTE EN EL CONSUMO (costo-ingreso) (dólares)	RESTRICCIÓN / EXCEDENTE (porcentual)
Diciembre	2015	673,21	660,8	12,41	1,84%
Diciembre	2016	700,96	683,2	17,76	2,53%
Diciembre	2017	708,98	700	8,98	1,27%
Diciembre	2018	715,16	720,53	-5,37	-0,75%
Diciembre	2019	715,08	735,47	-20,4	-2,85%
Diciembre	2020	710,08	746,67	-36,59	-5,15%

Fuente: INEC

En los últimos años la tasa de empleo adecuado ha ido en descenso mientras que el subempleo, empleo no remunerado y desempleo ha ido en aumento, por tanto se puede deducir que cada vez menos personas tienen acceso a un empleo pleno que les permita sentirse seguros de sustentar tanto sus necesidades básicas como otros gastos que podrían no considerarse necesarios en el contexto actual.

Tabla 8 Tasa de empleo, desempleo y subempleo

TASA DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO					
Nacional					
Indicadores	dic-16	dic-17	dic-18	dic-19	dic-20
Empleo Adecuado/Pleno (%)	41,2	42,3	40,6	38,8	30,8
Subempleo (%)	19,9	19,8	16,5	17,8	22,7
Empleo no Remunerado (%)	8,4	9,0	9,9	10,9	12,2
Otro Empleo no pleno (%)	25,1	24,1	28,8	28,0	28,4
Empleo no Clasificado (%)	0,2	0,2	0,4	0,6	0,9
Desempleo (%)	5,2	4,6	3,7	3,8	5,0

Fuente: I NEC

1.8.1.4. Tecnológico

Para que se pueda hacer uso de los nuevos equipos tecnológicos es necesario que exista una buena conexión a internet. Según (MINTEL, 2013)“El acceso a Internet es fundamental para el desarrollo educativo, económico y tecnológico del Ecuador. Por ello, la ampliación de Internet móvil tiene un espacio preponderante.”

Actualmente en el ámbito de la conectividad, el Ecuador dio pasos importantes: pasó de un nivel del 48% en 2017, al 60,7% de cobertura 4G en el 2021. Este gran impulso benefició a casi 11 millones de ecuatorianos. A la vez, se instalaron 900 puntos Wifi-gratuitos; se conectaron 107 parroquias de escasa o nula conectividad, al tiempo que se potenciaron los 886 infocentros comunitarios a escala nacional, priorizando las tareas en las zonas rurales y fronterizas. Cabe relieves también que la red nacional de fibra óptica creció 294%. (MINTEL, 2021)

Gracias a este avance en el ámbito de la conectividad es posible que los ecuatorianos puedan hacer uso de los nuevos equipos tecnológicos que actualmente están en el mercado. Para 2021 se han puesto en conocimiento algunas tendencias tecnológicas que pueden estar implementadas en la mayoría de los dispositivos tecnológicos que salgan en este año. Una de estas tendencias son los Asistentes digitales con voz, la nueva compañía. Los cuáles serán implementados como resultado de la Pandemia, algunas personas en esta época se sintieron aisladas motivo por el cual se planea desarrollar interfaces de usuario de voz con capacidades avanzadas de reconocimiento y transferencia de emociones tratando de establecer empatía en la interacción del usuario con el sistema de inteligencia artificial, de esta manera la tecnología de voz podrá hacer más feliz al usuario. (Ramirez, 2021)

Otra de las tendencias en los dispositivos tecnológicos es la Inteligencia Artificial. Se espera que para este año las tecnologías de IA crezcan exponencialmente y se incluyan en casi todos los productos y servicios tecnológicos. La IA es capaz de automatizar el aprendizaje y descubrimientos repetitivos a través de datos, realiza tareas computarizadas frecuentes de alto volumen de manera confiable y sin fatiga. Además la inteligencia artificial logra una increíble precisión a través de redes neuronales profundas, es decir la IA tiene la capacidad de aprender y adaptarse. (Ramirez, 2021)

Si se habla de dispositivos tecnológicos, los mejores son aquellos que nos permiten compatibilidad con los demás dispositivos que se encuentren en nuestro hogar, también es necesario saber si con ellos es posible el entretenimiento, es decir si en ellos se puede jugar video juegos y disfrutar de buena calidad de imagen al momento de jugar o simplemente mirar una película. Un buen dispositivo tecnológico es aquel que nos facilita las actividades anteriormente mencionadas y nos dan una experiencia de calidad.

Para el uso básico hay dispositivos que permiten una experiencia moderada, el cliente común solo se fija en la calidad y el precio del dispositivo, para este tipo de cliente actualmente en el mercado hay marcas que pueden satisfacer estas necesidades normales. Hay marcas de portátiles como Lenovo Ideapad 3, Huawei Matebook D, Acer Aspire 3 A315-56, Asus ZenBook 14 y la Dell XPS 15 que permiten que realices actividades comunes en estudiantes, las cuales también las realizan en su mayoría aquellos que tienen trabajos de oficina o similares.

Para usos como jugar video juegos o el uso de programas pesados que algunos utilizan para realizar trabajos de programación, ediciones y producciones audiovisuales se exigen mejores características al dispositivo.

Actualmente uno de los portátiles más económicos para el uso de video juegos es el HP Pavilion Gaming, el cual tiene una GTX 1060 la cual sirve para jugar la mayoría de video juegos actuales y permite procesar programas pesados y tiene 8 Gb de RAM y un procesador AMD RYZEN 5-4600H, el cual es increíble. Por sus características se puede decir que es un excelente portátil para programadores y profesionales que usan mucho el procesador en sus labores. Esta laptop permite la experiencia de gráficos de alta calidad y potencia de procesamiento que satisface necesidades de juegos y creación de contenidos.

Aunque el uso de portátiles es más cómodo también existe la opción de armar tu propia PC gamer de sobremesa que además de proporcionar potencia y personalización, permite la reducción del precio, es decir armar una PC gamer de sobremesa resulta más barato, para ello es necesario adquirir las piezas con las que se pueda armar la PC. Según (Vallejo, 2019) las piezas que se necesitan y tienen buena calidad y precio asequible en el mercado son:

- Procesador: AMD Ryzen 5 de 4 núcleos con una velocidad de 3.9 Ghz

- Tarjeta madre: GIGABYTE GA-A320M-S2H
- Memoria RAM: CORSAIR Vengeance LPX 8GB
- Tarjeta de video: Gigabyte Geforce GTX 1050 Ti
- Disco duro: Toshiba 1TB
- Caja: Thermaltake Versa H22
- Monitor: Acer de 21.5" con tecnología ips
- Teclado y un mouse gamer.

A pesar de que armar una PC gamer resulte más barato, el problema radica en el acto de armar el dispositivo, por lo que muchas personas optan por comprar directamente la PC gamer de sobremesa. Actualmente en el mercado una de las más económicas y pequeñas es la MSI Trident 3, la cual tiene las siguientes especificaciones:

- CPU: hasta Intel Core i7-10700 10ª generación
- Gráfica: hasta MSI GeForce RTX 2060 Super
- RAM: hasta 64GB DDR4 2666MHz
- Almacenamiento: 1 x M.2 SSD + 1 x 2.5" HDD / SSD

1.8.2. Situación competitiva de la Industria

1.8.2.1. Análisis de PORTER

La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector

Según (INEC, 2021) hay 381 empresas que están obligadas a llevar contabilidad dedicadas al comercio en la provincia del Carchi. Sin embargo, no existe un dato de cuantas empresas se dedican a la comercialización de equipos informáticos, mediante una observación en

el mes de mayo de 2021 se conoció que hay pocas empresas en la ciudad de Tulcán dedicadas a la comercialización de equipos informáticos, hay 2 locales que se encuentran bien posicionados los cuales serían la principal competencia. Aun así, actualmente existen varias empresas que se dedican a la importación de equipos informáticos mediante la modalidad de en línea, además el contrabando está muy arraigado en las conductas de consumo de los ciudadanos Tulcanes lo cual podría representar una dificultad para el emprendimiento, por lo que se debería escoger un proveedor que permita tener precios competitivos.

Tabla 9 Ficha de Observación

NOMBRE DEL LOCAL	FEHA DE LA VISITA	FOTO DEL LOCAL	VISIBILIDAD DEL LOCAL		UBICACIÓN EN LA CIUDAD		PRODUCTOS			PRECIO		SERVICIO AL CLIENTE		SEGMENTO	ESTRATEGÍA DE COMUNICACIÓN	CANAL DE COMERCIALIZACIÓN	TIEMPO EN EL MERCADO
			Visible	Escondido	Tienda Física	Tienda online	Gama Alta	Gama Alta	Marcas que ofrece	Alto	Bajo	Bueno	Regular				
MOVITECH	31 de marzo del 2021			X	Sucre y Junín esquina, Tulcán, Ecuador	Página en Facebook	X		Dell, Acer, Toshiba	X			X	Clase media alta	Redes Sociales, Blogs, Anuncios televisivos	Indirecto	19 años
TECHNET	31 de marzo del 2021		X		Bolívar y Pichincha, Tulcán, Ecuador	Página en Facebook	X		Asus, Acer	X			X	Clase media alta	Redes Sociales, Blogs, Anuncios televisivos	Indirecto	8 años

Elaborado por: Los autores

El poder de negociación de los proveedores. Dado que el emprendimiento depende de la importación de equipos tecnológicos, los fabricantes de equipos tecnológicos son los que imponen las reglas, es decir el poder de negociación de los proveedores es alto, sin embargo, se puede aprovechar épocas, ofertas y acuerdos comerciales para minimizar el costo de adquisición y así poder ser competitivos en el mercado.

El poder de negociación de los clientes. Los clientes tienen poco poder de negociación debido a la poca cantidad de empresas que existen en la ciudad. Sin embargo, debido al contrabando el emprendimiento se ve forzado a ofertar los productos a precios económicos para que el cliente prefiera la seguridad de comprar los productos en territorio ecuatoriano y no se exponga a los riesgos que se dan al adquirir productos mediante el contrabando.

La amenaza de nuevos entrantes (barreras de entrada). Hay pocas empresas que incursionan en este sector debido a que hay que tener un gran capital para adquirir equipos tecnológicos y que exista variedad de estos, por lo que resulta un poco difícil emprender desde el punto de vista económico, no obstante, hay muchas leyes que favorecen el comercio fronterizo, además de acuerdos comerciales que incentivan a la importación de estos productos en todo el mundo. Otra amenaza es el desconocimiento del mundo tecnológico lo que implica malas inversiones a la hora de adquirir productos tecnológicos de calidad.

La amenaza de productos o servicios sustitutos. Una de las principales alternativas para adquirir equipos tecnológicos es la compra directa en las páginas web de los fabricantes. Ahora bien, los costos de envío y tiempo de entrega del producto resultan ser muy molestos debido a que el cliente pide pocos productos y el precio final del producto termina siendo dos o tres veces al que miró en la página web.

1.9. Matriz AOOD

Tabla 10 Matriz AOOD

Aliados	Oponentes
<ul style="list-style-type: none">• Importadores de tecnología.• Empresas de software posicionadas a nivel nacional e internacional (Microsoft, Android, etc)• Apps de venta online (mercado libre, OLX, Facebook Marketplace.)• Redes Sociales (Facebook, Twitter, etc.)	<ul style="list-style-type: none">• Páginas web de venta online (Amazon, Aliexpress).• Contrabandistas.• Otros negocios dedicados al software y hardware (Movitech, Technet, etc.)
Oportunidades	Riesgos
<ul style="list-style-type: none">• Competencia bastante reducida.• Mercado potencial nacional e internacional.• Necesidad de nuevos equipos tecnológicos por parte de los clientes potenciales• Innovación en productos y servicios.• Apoyo para emprendimientos en frontera por parte del gobierno.• Productos con alta demanda	<ul style="list-style-type: none">• Avance tecnológico acelerado.• Aumento del costo de vida• Productos sustitutos.• Contrabando de productos por la frontera.• Impacto de la pandemia sobre la economía de los potenciales clientes.

Elaborado por: Los autores

1.10. Conclusión Diagnóstica

En este primer capítulo diagnóstico es posible concluir que en el aspecto político legal existen varias normativas legales que permiten un comercio positivo en el sector fronterizo, además que existe motivación para aquellos que pretenden emprender, gracias a la ayuda de diversos organismos que facilitan y guían el desarrollo de nuevos proyectos por lo cual hay un ambiente legal el cual es favorable para la implementación del emprendimiento que se pretende poner en marcha.

En el aspecto socio cultural se puede concluir que en el territorio carchense hay una gran cantidad de habitantes los cuales viven más o menos bien, y su calidad de vida es bastante aceptable, después del análisis se pudo conocer que dos tercios de la población de este territorio tienen la capacidad económica para poder costear gastos extras, es decir podrán adquirir equipos tecnológicos. Aun así en el sector fronterizo predomina el contrabando y las personas prefieren consumir productos de territorio colombiano a menores precios por lo que emprender significa un reto moderado.

La economía del país no se encuentra en su mejor momento, debido a la Pandemia existen muchas falencias que no permiten un desarrollo económico sin embargo en un mundo globalizado el consumo de productos es inherente.

En el aspecto tecnológico se pudo conocer que en el ámbito de conectividad el Ecuador se encuentra apto para el uso de nuevos equipos tecnológicos. En el 2021 se pondrán nuevas tendencias tecnológicas que harán más atractivo el uso de equipos informáticos por lo que se predice más consumo de estos.

La situación competitiva no es demasiado favorable el comercio de productos informáticos tanto de hardware como de software en el sector han venido creciendo en los últimos años, no obstante, existen reducidas opciones para el consumidor en este territorio las cuales brinden calidad tanto en producto como en la atención al cliente, es por esto por lo que se pierde mercado con tiendas ubicadas al otro lado de la frontera o en otras ciudades las cuales ofrecen sus servicios mediante sus páginas web.

CAPÍTULO II

2. Fundamentación Teórica

2.1. Introducción

Una de las partes fundamentales en una investigación es la determinación de la metodología que se va a utilizar para desarrollar el proyecto, debido a que esto permite la recopilación de información confiable y que esté de acuerdo con las necesidades del proyecto.

En consecuencia, lo que se realizará en el presente capítulo es la Fundamentación Metodológica, en la cual se determinará el tipo de investigación, el método de investigación, el tipo de muestreo y las técnicas e instrumentos que se elegirán para recopilar la información relevante para la aplicación de la investigación.

En este capítulo también está presente la Fundamentación Teórica, en la cual se recabará información utilizando diferentes fuentes de información, en su mayoría valiéndose de información secundaria, esto permite tener el conocimiento necesario de los temas incurridos en la problemática del presente proyecto, temas que están divididos en términos generales y específicos. De esta manera se sustentará la investigación y se comprenderá de mejor manera el enfoque del que se parte para poder interpretar de mejor manera los resultados que se obtendrán con la investigación.

2.2. Objetivo

Fundamentar teórica y metodológicamente un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de equipos informáticos ubicada en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, Ecuador.

2.3. Fundamentos Teóricos

2.3.1. Fundamentación metodológica

2.3.1.1. Tipos de investigación.

Cuantitativa. Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (*Hernández Sampieri, 2014*)

Uno de los métodos más usados por las investigaciones cuantitativas son las encuestas, aunque existen otros métodos con los cuales podemos levantar información cuantitativa, las entrevistas, son un enfoque donde se hacen preguntas a potenciales entrevistados, que deben de ser contestadas de manera verbal o escrita, a través de cuestionarios o entrevistas ejecutadas cara a cara, por teléfono o por correo. (Marte Alvarado, 2019)

El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para

probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones. (Hernández Sampieri, 2014)

De esta manera, el presente proyecto se valdrá de la investigación cuantitativa para recopilar información, mediante herramientas como la encuesta y la observación, se obtendrá datos relevantes de la competencia, del segmento de mercado establecido, es decir los posibles consumidores, para así conocer cuan aceptada será la empresa y sus productos en la ciudad de Tulcán.

2.3.1.2. Métodos.

Deductivo. En el modelo hipotético-deductivo se parte de premisas generales para llegar a una conclusión particular, que sería la hipótesis a falsar para contrastar su veracidad, en caso de que lo fuera no solo permitiría el incremento de la teoría de la que partió (generando así un avance cíclico en el conocimiento), sino también el planteamiento de soluciones a problemas tanto de corte teórico o práctico (llamado también pragmático, aplicativo o tecnológico), y en tanto que no, bien podría impulsar su reformulación hasta agotar los intentos para hacerla veraz, o abandonarla y replantearla sobre la base de otros preceptos teóricos que indiquen una orientación distinta o alternativa a la anterior. (Sanchez Flores, 2019)

El método deductivo se fundamenta en el razonamiento que permite formular juicios partiendo de argumentos generales para demostrar, comprender o explicar los aspectos particulares de la realidad. (Neill/ Cortez, 2018)

Se partirá de este método deductivo-cuantitativo y se realizará una encuesta cuyos resultados serán sometidos a una prueba estadística para aceptar o rechazar la hipótesis que inicialmente se ha propuesto.

Analítico y Sintético. El análisis es una operación intelectual que posibilita descomponer mentalmente un todo complejo en sus partes y cualidades. El análisis permite la división mental del todo en sus múltiples relaciones y componentes. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión entre las partes, previamente analizadas, y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad. (García Dihigo, 2016)

El análisis y la síntesis no existen independientemente uno del otro. En la realidad, el análisis se produce mediante la síntesis: el análisis de los elementos de la situación problemática se realiza relacionando estos elementos entre sí y vinculándolos con la situación problema como un todo. A su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados alcanzados previamente por el análisis. (García Dihigo, 2016)

Estos métodos se aplicarán para la determinación del problema, así como analizar y obtener resultados particulares tanto en el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y organizacional como también en la evaluación del proyecto.

2.3.1.3. Tipo de muestreo.

Muestreo probabilístico. La muestra se selecciona basándose en un criterio probabilístico o de tipo aleatorio, en el cual cada elemento muestral tiene idénticas probabilidades de ser seleccionado. Cuando se aplica este procedimiento, se elimina el posible sesgo del investigador al seleccionar la muestra y tiene la ventaja, además, de poder estimar el error cometido al estimar el

parámetro de una variable de acuerdo con el tamaño de muestra seleccionado. (García Dihigo, 2016)

Para el presente proyecto se utilizará el muestreo probabilístico, dado que permitirá seleccionar de manera aleatoria a las personas que integran el segmento de mercado, permitiendo recabar información relevante para el estudio de mercado y determinar la aceptación del producto en el mercado de la ciudad de Tulcán.

Población. Según (García Dihigo, 2016) “La población es el conjunto de elementos que tienen una característica común que es observable y acerca del cual queremos realizar determinados estudios.”

Para identificar la población del presente proyecto, se tendrá presente el segmento de mercado, el mismo que constituyen personas a partir de los 20 hasta los 69 años que residen en la Provincia del Carchi, siendo el 57% del total de la población.

Tabla 11 Población

Población		
Segmento de Mercado	Habitantes	Porcentaje
Población general del Carchi	186.869	100%
Población de 20 a 69 años	107.033	57,3%
Resto de la Población	79.836	42,7%

Elaborado por: Los Autores

Muestra. La muestra es un subgrupo de la población o universo, a las cuales se realizará la respectiva investigación, permitiendo recolectar datos pertinentes para posteriormente generalizar a toda la población objeto de estudio, la misma que deberá ser parte representativa de la población (Hernández & Mendoza, 2018).

Para la determinación de la muestra se utilizará la siguiente formula:

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

Donde:

n: tamaño de muestra

N: tamaño de la Población

Z: nivel de confianza

e: error de estimación máximo aceptado

p: probabilidad que ocurra

q: (1-p) probabilidad que no ocurra

2.3.1.4. Técnicas e instrumentos

Encuesta. La encuesta como método de investigación científica persigue el objetivo de obtener respuestas a un conjunto de preguntas. Las preguntas se organizan de acuerdo con determinados requisitos en un cuestionario, cuya elaboración requiere un trabajo cuidadoso y, a su vez, esfuerzo y tiempo para prepararlo adecuadamente, y que sirva para despertar el interés de los sujetos que lo responderán. Despertar el interés y que los sujetos las respondan con seriedad y sinceridad tiene gran importancia, máxime cuando lo que se pregunta no tiene una significación especial en la vida laboral, de estudio, o sea, cualquier actividad futura de los sujetos investigados. (Garcia Dihigo, 2016)

Esta técnica se usará en el presente proyecto para conocer la opinión de los habitantes de la ciudad de Tulcán sobre la satisfacción con los actuales locales que ofrecen equipos informáticos, a través de la aplicación de un cuestionario.

Observación. Es una percepción atenta, racional, planificada y sistemática de los fenómenos relacionados con los objetivos de la investigación, en sus condiciones, naturales y habituales, es decir sin provocarlos y utilizando medios científicos, con vistas a ofrecer una explicación científica de la naturaleza interna de estos. (García Dihigo, 2016)

Clasificación de la Observación. En dependencia al sujeto que la realiza se clasifica en Observación externa y Observación interna. La Observación externa se clasifica en directa e indirecta y a su vez la directa se clasifica en abierta y encubierta. La Observación directa es aquella en la que el investigador entra en contacto con el objeto de observación. La Observación abierta se da cuando el observador no participa de las actividades que realizan los sujetos observados, solamente es testigo. (García Dihigo, 2016)

En el presente proyecto se aplicará una Observación externa en la que se entrará en contacto de manera directa y abierta para identificar el comportamiento de la competencia y de los posibles consumidores.

2.3.2. Fundamentación de la propuesta

2.3.2.1. Términos Generales

El emprendimiento. El emprendimiento es un campo de investigación joven que atrae cada vez más la atención de las nuevas generaciones, es por ello por lo que autores como González y Ganaza (2016) distinguen el emprendimiento como un conjunto de actividades y estrategias encaminadas a crear y luego renovar un negocio, por ejemplo entre y externos como la puesta en marcha de un espíritu emprendedor y una nueva oportunidad de negocio.

La palabra emprendedor proviene de las palabras francesas *entre* y *"prend"* (que significa aceptar). El término se usó originalmente para referirse a personas en riesgo, como iniciar un nuevo negocio (Paulynnice, 2019). La empresa parece ser más emprendedora a la hora de identificar y aprovechar nuevas oportunidades. Para los negocios existentes, este proceso se denomina negocio corporativo o de empresa a empresa e implica el desarrollo de nuevas formas de administrar el negocio que implican cambiar los comportamientos organizacionales de las empresas.

Moncada (2016) señala que una organización ve todo el potencial de su orientación al mercado cuando tiene una orientación empresarial y la organización y estructura adecuadas. Para desarrollar una orientación al mercado con la máxima eficiencia, las empresas deben desarrollar sistemas de información de mercado efectivos y facilitar la difusión y uso de esta información entre todos los miembros de la sociedad.

En este sentido, la orientación al mercado desarrolla comportamientos que permiten un flujo eficiente de información interna y externa, permiten un aprovechamiento más rápido de los cambios del entorno y por tanto reducen el riesgo de decidirse por características innovadoras (Santos & López, 2017).

Existe cierto consenso en la literatura que el desarrollo de procesos de investigación y análisis de inteligencia de mercado es de fundamental importancia para el desarrollo exitoso de empresas innovadoras, señalando que las empresas emprendedoras tienden a desarrollar negocios innovadores (Munch, 2016).

Se puede decir que el desarrollo de la orientación al mercado se apoyará en el desarrollo de una actitud proactiva, en este sentido, la pre-acción será un requisito previo para esta

orientación, una actitud proactiva que enfatiza la investigación y capitalización de nuevas oportunidades de negocios (Langenfeld, 2019).

Es importante que los gerentes senior siempre enfatizen a los empleados la necesidad de monitorear y reaccionar a los cambios del mercado para mantenerse por delante de la competencia. Con este fin, las medidas proactivas sentarían un precedente para la alta dirección.

En el mundo de los negocios, la asunción de riesgos puede verse como un motor para el desarrollo de actividades de generación y difusión de información típicas de la orientación al mercado. Como señalan González y Ganaza (2016), una de las formas de reducir el riesgo empresarial es desarrollar una orientación al mercado que informe sobre las necesidades del mercado.

Relación entre la capacidad innovadora y el emprendimiento. La capacidad de innovar y el espíritu emprendedor son factores que determinan una ventaja competitiva y la realización de nuevos modelos de gestión empresarial. En las PYMES ecuatorianas la innovación es menos común y fácil de replicar, lo que dificulta la obtención y/o mantenimiento de estas ventajas (Paulynnice, 2019). Al mismo tiempo, las organizaciones más innovadoras pueden reaccionar más rápidamente a los cambios en el entorno porque pueden desarrollar de manera efectiva nuevas capacidades que les permitirán mejorar sus resultados.

De acuerdo con González y Ganaza (2016) la capacidad de innovar sí está ligada a los negocios cuando las empresas buscan innovar para que sus productos o servicios ocupen los primeros lugares en el mercado, lo que conduce a mejores resultados. Volviendo a la teoría, es claro que la capacidad de innovación de la organización es efectiva para satisfacer la demanda esperada y beneficiar a las empresas.

Como muestra el análisis de la literatura, el potencial de innovación es un activo intangible para explotar las oportunidades que las empresas pueden encontrar en el mercado. Además, esta capacidad de innovar en los negocios se considera un factor clave (Ron & Sacoto, 2017).

La capacidad de innovar permite fidelizar a los clientes gracias a un producto o servicio innovador, único en el mercado, que satisface a muchos clientes, puede fidelizarlos y por lo tanto traer más beneficios a la empresa. Cuando las organizaciones enfocan de esta manera, el P. J. orientado al cliente, en este sentido, la innovación es un factor importante que explica el desempeño y el éxito de las empresas (Trias, 2017).

El aprendizaje es fundamental porque la organización quiere adaptarse a nuevas situaciones y factores de su entorno y crear valor sostenible a largo plazo. Langenfeld, (2019) insiste en la necesidad de que las organizaciones de formación corporativa se deshagan de la información y los estándares obsoletos, así como de las barreras para adquirir y procesar nueva información. La orientación al aprendizaje surge como un concepto de valores organizacionales.

Esta orientación es un componente importante del compromiso educativo y organizativo que mejora la capacidad innovadora de la sociedad. Sin embargo, para que los empleados innoven, deben compartir su conocimiento e integrarlo en el desarrollo de nuevos productos y tecnologías. Logrando así innovación continua y conocimiento organizacional, pero no conocimiento individual.

Para apoyar la creación de nuevos conocimientos, un requisito importante para las empresas es fomentar la independencia, la creatividad, la motivación y la autotrascendencia, y en algunos casos es necesario exigir a los empleados que cuestionen constantemente las reglas de la organización (Santos & López, 2017).

El desarrollo de las pequeñas y medianas empresas requiere del apoyo de la política económica y social del Estado, que mejorará la eficiencia empresarial, la innovación, aumentará la competitividad y generará empleo. La orientación hacia el emprendimiento se refleja en el desarrollo innovador que genera el logro de la supervivencia, productividad, ventajas competitivas, que permite el desarrollo de nuevos productos y servicios, tecnologías, la reformulación de estrategias, nuevos negocios, nuevos mercados en busca de competitividad y ventajas.

Una orientación empresarial es un requisito previo para la capacidad de innovación. Según Paulynnice (2019), la orientación a la innovación es necesaria para gestionar pequeñas empresas en entornos desfavorables y turbulentos de alto mercado e indica que las organizaciones deben implementar la orientación empresarial.

La orientación empresarial es el proceso de creación de una estrategia empresarial para articular los objetivos de una organización, mantener su visión y crear ventajas competitivas sostenibles. Significa combinar la capacidad de innovar, asumir riesgos y ser más proactivos y agresivos que los competidores para encontrar nuevas oportunidades.

Plan. Para Estrada (2018) explica que todo plan o proyecto empresarial “se traduce como una estrategia capaz de incrementar significativamente los índices de eficacia y calidad en la gestión empresarial de modo que se garantice la materialización de los objetivos empresariales previamente propuestos...” (p. 237)

El conjunto de estrategias, medidas y ajustes materializados con la finalidad de garantizar un uso eficiente y efectivo de los recursos empresariales se reconoce como plan. Torres (2017), señala que también que puede ser definido como plan las pautas o directrices previamente

elaboradas a través de las cuales se logre un accionar previamente establecido que garantice alcanzar las metas empresariales.

Debe señalarse también que el plan comprende la totalidad de acciones y gestiones que harán posible alcanzar las metas empresariales, tomándose en cuenta recursos materiales y humanos, así como periodos de tiempo necesarios para alcanzar los objetivos y metas empresariales.

Características e importancia. Robles (2018) señala que el plan puede ser observado como un conjunto de acciones continuas, transformadoras y de constante reajuste y reordenamiento de las actividades empresariales a los cambios y transformaciones que puedan afectar el uso efectivo de los recursos materiales y humanos existentes, pudiéndose afirmar que el plan es una herramienta de reajuste y transformación de la actividad empresarial.

El plan se caracteriza por tener pautas que garantizan los cambios y transformaciones en la estructura y funcionamiento de la empresa que aseguran el desarrollo y evaluación futura de la misma. Benalcázar (2018) explica que a través del plan se desarrollan estrategias de uso racional de los recursos materiales y humanos de la empresa, posibilitando al mismo tiempo la toma de nuevas medidas y estrategias de desarrollo futuro.

Macías (2018) señala que la previsión, el ahorro, la flexibilidad y la orientación adecuada se revelan como elementos inherentes al plan, de ahí la importancia para toda empresa de poseer un plan que asegure la toma de decisiones oportunas. A través del plan se logran acciones coordinadas e integradoras que permiten a la dirección empresarial, una organización, dirección y control efectivo de los diferentes procesos a ser desarrollados, de modo que los mismos

correspondan a los posibles cambios y transformaciones que afectan la estructura y funcionamiento empresarial.

Robles (2018) afirma que el plan posibilita la toma de decisiones oportunas en las que se evalúan y confluyen los diferentes elementos que puedan afectar o incentivar el desarrollo empresarial. Todo plan posee un enfoque intencional en el que se valoran elementos de la realidad y se concluyen acciones y estrategias que permitan el desarrollo y fortalecimiento de la empresa, previendo dificultades que puedan afectar el desarrollo de esta.

Castro (2018), plantea que la planificación se clasifica tomándose en cuenta el periodo de tiempo al cual va dirigida, pudiendo ser anual, semestral, trimestral y mensual, adaptándose a las necesidades y exigencias de la empresa. Otra clasificación de la planificación se subordina al tipo de estructura, es decir la misma puede ser paso a paso, parcial, total, entre otras subordinándose en todo caso a la complejidad del proceso empresarial.

La planificación se clasifica también en especial o general, detallándose las características, necesidades y requerimientos que se traduzcan en el correcto funcionamiento empresarial.

Plan de Negocios. Florencia (2016), indica que es un documento que se la puede utilizar tanto en pequeñas y grandes empresas, la cual ayuda y facilita al empresario a realizar la planificación y las estrategias para la elaboración de un negocio, así como el lanzamiento de nuevos productos (pág. 68). El plan de negocios ayuda a recopilar información para establecer medidas que faciliten el desarrollo del proyecto.

Un plan de negocios tiene como fin estimar las ventajas y desventajas de carácter técnico y financiero, para la puesta en marcha de un proyecto de inversión, en este caso la creación de una empresa comercializadora de equipos informáticos, de manera que se puedan reducir al mínimo las probabilidades de fracaso en la toma de decisiones y del desarrollo del proyecto.

El plan de negocios pretende determinar qué tan atractiva y rentable es la puesta en marcha de una empresa comercializadora de equipos informáticos, contribuyendo a la generación de nuevas fuentes de trabajo y al desarrollo comercial e industrial de la región. En este orden de ideas y vista la necesidad de racionalizar y profesionalizar las actividades para optimizar resultados y obtener beneficios, se plantea el plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de equipos informáticos.

Objetivos y ventajas del plan de negocios. Florencia (2016), menciona algunos de los objetivos del plan de negocios.

En primer lugar está el hecho de verificar que el negocio sea viable, es decir conocer el potencial del proyecto en un futuro para tomar la decisión de persistir en el tiempo hasta que madure o desecharlo a tiempo antes de mal gastar tiempo y recursos.

Gracias al plan de negocios es posible detectar y prevenir problemas a futuro, esto permite implementar soluciones que mitiguen o desaparezcan los problemas que se presenten, reduciendo en gran medida el nivel de riesgo que tiene el negocio para ponerse en marcha, desarrollarse y crecer.

Determinar necesidades que puede generar la empresa, las necesidades de una empresa son todas las carencias que debe cubrir para poder alcanzar sus objetivos y mantener su posición dentro del mercado.

Evaluar el desempeño de un negocio ya establecido, con esta actividad se pretende determinar la eficacia de los miembros de la empresa para realizar mejoras y de esta manera todo se ajuste de mejor manera a los objetivos empresariales que tiene el negocio.

Entre otros objetivos que tiene el Plan de Negocios están el facilita la solución de los distintos problemas que pueden existir en el lugar en donde se va a desarrollar las actividades de la empresa, también permite verificar si el proyecto es o no factible para abrir un nuevo nicho en el mercado.

Y lo más importante es dar soluciones a los percances que puede tener la empresa durante su actividad como pueden ser:

- Falta de capital.
- Predecir situaciones que afectan la rentabilidad de la empresa.
- Introducir en forma eficaz nuevos productos y servicios al mercado.
- Establecer y aplicar normas de producción y control de calidad.
- Falta de estrategias de marketing.

El autor González (2019) indica que los pasos para realizar un plan de negocios son:

Introducción. Ésta debe mencionar a qué se dedica o dedicará la empresa y las características del plan de negocios.

Antecedentes de la empresa. Es un conjunto de información relevante tales como la antigüedad de la empresa, el acta constitutiva, reformas estatutarias, detalles de la historia, evolución y actividades sobresalientes, información general de los accionistas y del consejo de administración.

También se debe incluir datos relevantes sobre la administración, quienes son los consejeros y asesores de la empresa, cual es la estructura del capital legal y cuáles son las fortalezas y debilidades de la empresa.

Cuando la empresa va a iniciar operaciones, como antecedente debe incluirse lo siguiente:

- El potencial del nuevo proyecto.
- El resultado del estudio de factibilidad.
- La conveniencia de invertir en el negocio (rentabilidad).
- La forma de llevarlo a cabo.
- Análisis del sector al que ingresará la empresa.
- Plan general de introducción de la empresa al mercado. (pág. 76)

Queda de manifiesto que para lograr una implementación empresarial efectiva deben tomarse en cuenta un conjunto de elementos y factores que garanticen un accionar acorde con las características, posibilidades y recursos empresariales, lográndose solamente el crecimiento y desarrollo de la empresa a través de un desarrollo paulatino en el que se haga un uso intensivo de los recursos materiales, humanos, debilidades y fortalezas de la empresa.

Componentes del plan de negocios. La propuesta del autor Robles (2018) indica:

Resumen Ejecutivo. Robles (2018) señala que el propósito del resumen es captar el interés de los inversionistas potenciales, debe contener un breve resumen de los aspectos más importantes del plan de negocios.

Los principales elementos contienen: la idea de negocio: su exclusividad en productos o servicios existentes, objetivo común: las principales características e idoneidad para el perfil de los usuarios de Internet. Valor del producto / servicio para este objetivo. Tamaño del mercado y crecimiento esperado. El entorno competitivo. Fase actual de desarrollo de productos, establecer requisitos adicionales para completar el desarrollo. Inversiones necesarias. Etapas clave durante el funcionamiento de la empresa. Objetivos a largo plazo / medio.

Capítulo I: Investigación de mercados. Robles (2018) sostiene que la investigación de mercados busca determinar la demanda insatisfecha de tal manera que se conozca el mercado potencial a adquirir por la nueva empresa.

Capítulo II: Aspectos técnicos. Robles (2018) considera que en los aspectos técnicos es vital conocer los requerimientos básicos en maquinaria, materiales e insumos, utensilios, equipos de oficina, equipo de cómputo, muebles de oficina, entre otros, los cuales permitirán un funcionamiento óptimo de la empresa.

Capítulo III: Aspectos administrativos. Robles (2018) señala que dentro de los aspectos administrativos se debe contemplar el nombre de la empresa, la misión, visión, objetivos, políticas, valores corporativos y todos los aspectos que permitan obtener una empresa organizada y funcional a corto, mediano y largo plazo.

Capítulo IV: Aspectos financieros. Robles (2018) indica que los aspectos financieros están compuestos por la valoración exacta de la inversión a utilizar, el estado de situación inicial, los gastos administrativos y de ventas, la proyección de ventas, estados de resultados, relación costo beneficio, TIR, VAN, punto de equilibrio, entre otros que permitan a la empresa demostrar su rentabilidad.

2.3.2.2. Términos específicos

Negocios. Robles (2018) indica que la compañía se define como un fenómeno complejo en el que interactúan procesos tales como la producción, distribución y venta de bienes y servicios, acciones enfocadas en la satisfacción de actores como consumidores, proveedores y propietarios. La negociación es la acción a través de la cual se logra un intercambio satisfactorio para las partes involucradas en acciones económicas y comerciales, lográndose una resolución efectiva de los intereses de las partes.

Carrillo (2019), señala que la negociación garantiza un intercambio económico acorde a los intereses y necesidades tanto de compradores como consumidores, revelándose como un elemento imprescindible en cualquier tipo de acción o transacción económica y comercial. La negociación puede ser definida como la capacidad de entendimiento e intercambio económico y comercial en un marco de respeto y consideración.

Creación. Díaz (2018) explica que la creatividad constituye una característica propia del ser humano en la que se plasma la iniciativa personal y esfuerzo desarrollado por el género humano a lo largo de su historia evolutiva. En todo caso la creatividad da respuesta efectiva a necesidades que afectan el normal desarrollo de la humanidad y se traduce en respuestas y

soluciones lógicas que hacen de los bienes y servicios elementos inseparables del desarrollo humano.

González (2019), indica que la creación es la materialización del emprendimiento, la iniciativa personal y el deseo inherente del ser humano de producir bienes o servicios inéditos que garanticen un desenvolvimiento económico sostenible y sustentable de modo que la sociedad se revela como un elemento que incentiva el desarrollo creativo.

Ferrell (2016) explica que la creación ha sido la característica principal del ser humano desde los inicios de la humanidad y herramienta que le ha asegurado la supervivencia y prevalencia sobre el resto de las criaturas de la tierra, permaneciendo en un constante estado de necesidad, la cual se revela como la génesis de la creatividad.

La diferencia entre el ser humano y el resto de los animales que habitan sobre la faz de la tierra radica en su potencial creativo que le permite adaptarse de forma creativa a las exigencias y necesidades del medio, garantizando de esta forma un desarrollo individual y colectivo en aspectos económicos, sociales, religiosos, políticos, tecnológicos, entre otros.

Equipos Informáticos. Hay varios tipos de hardware de computadora, no solo lo que llamamos computadoras, que se usa comúnmente para citar el término. Las computadoras de escritorio, las computadoras portátiles, las tabletas, los teléfonos inteligentes, los lectores electrónicos y otros dispositivos personales generalmente se basan en la misma arquitectura, que consta de una unidad central de procesamiento, memoria de almacenamiento, un programa y un sistema de entradas y salidas para la comunicación con el mundo exterior (Barbera, 2015).

Una computadora es un sistema formado por un conjunto de componentes físicos llamados hardware y un conjunto de programas y datos llamados software. El equipo incluye

dispositivos y componentes electrónicos, electromecánicos u ópticos responsables de la detección (Cuesta, 2017). El software es un término abstracto que se refiere a la información procesada por una computadora y las instrucciones sobre cómo usar el hardware. El software generalmente consta de funciones intangibles como programas, datos y procedimientos que debe realizar un sistema informático.

Hoy en día, la importancia de la computadora ha aumentado considerablemente y desde un principio hubo una necesidad urgente de encontrar ventajas y estrategias que hicieran la vida más fácil; por lo tanto, debido a los avances tecnológicos, muy a menudo la computadora se usa continuamente (Documentación digital, 2015). Las computadoras, como la mejor herramienta que cumple con las expectativas de los usuarios, así como una forma de educación, están ganando popularidad hoy en día, facilitando las tareas, las demostraciones, la enseñanza, la investigación y la vida universitaria.

Los videojuegos. Un videojuego (también llamado videojuego) es una aplicación o software diseñado con fines de entretenimiento y basado principalmente en la interacción de uno o más jugadores, ya sea en una computadora o cualquier otro dispositivo electrónico, destinado únicamente para este efecto (Cuesta, 2017). Los juegos son aplicaciones especializadas, denominadas juegos electrónicos o videojuegos, en videoconsolas como X-box y PlayStation, o en PC (en este caso la actividad se denomina juegos en línea). Sin embargo, los juegos pueden ser útiles para muchos fines profesionales y educativos, especialmente para tareas de simulación que requieren coordinación visual y motora, como conducir autos de carrera y pilotar aviones de combate militares.

Gamer. Es un término utilizado en varios idiomas para describir a alguien que siente pasión por el mundo de los videojuegos. Un jugador es alguien que se toma los videojuegos tan

en serio que se divierte con ellos, incluso puede volverse profesional y verlos como una carrera en la que puede ganar dinero jugando, compartiendo experimentos y buscan torneos para jugadores en todo el mundo (Wiggins, 2018).

Un gamer es una persona con cultura y capacidad para jugar videojuegos de una forma única, y este tipo de persona va más allá de los conocimientos técnicos sobre ordenadores y videoconsolas. Un streamer es básicamente alguien que juega o comenta un videojuego en tiempo real y lo transmite en una plataforma. Suelen ser, por tanto, jugadores o comentaristas profesionales o semiprofesionales de videojuegos.

CAPÍTULO III

3. Propuesta

3.1. Introducción

El capítulo III abarca lo referente al diseño del proyecto para la creación de la empresa dedicada a la comercialización de equipos informáticos en la ciudad de Tulcán, para el desarrollo de la propuesta se elaboran cuatro estudios los cuales están relacionados y se complementan permitiendo conocer si el proyecto es factible, estos estudios se conocen como: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y organizacional y por último el estudio financiero.

Antes del estudio de mercado se elige y define el modelo de negocio que mejor se acople, para el presente proyecto es el modelo de negocio Business to consumer (B2C), y con ayuda del Lienzo Canvas se determina aspectos fundamentales del proyecto tales como los socios clave, la propuesta de valor y el segmento de mercado.

En el primer estudio, es decir el estudio de mercado primeramente se confecciona el diseño de la investigación de mercado y se define el enfoque que tendrá la investigación para poder recabar información adecuada que permita conocer la demanda, oferta y demanda insatisfecha de equipos informáticos en la ciudad de Tulcán, en este capítulo también se definen las estrategias de comercialización.

En el estudio técnico – administrativo se determina en dónde se ubicará la empresa mediante una matriz de ubicación, la capacidad instalada, también se realiza la ingeniería del proyecto y la identificación y descripción de los procesos. Se determina la estructura organizacional de la empresa, la misión, visión, políticas, valores, se crea un mapa de procesos y

los correspondientes flujogramas de cada proceso, la marca e imagen corporativa y también se elabora el manual de funciones de la empresa.

Por último, se realiza el estudio financiero en el cual se determina la inversión fija, el capital de trabajo, los ingresos, los costos y gastos que tendrá la empresa, de esta manera es posible elaborar los estados financieros y realizar la correspondiente evaluación financiera para saber si el proyecto es factible.

3.2. Objetivo general

Diseñar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de equipos informáticos ubicada en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, Ecuador.

3.2.1. *Objetivos específicos*

- 1.** Determinar el modelo de negocio que mejor se adapte a las necesidades del emprendimiento el cual permita conocer los objetivos empresariales, las estrategias a usarse y los recursos necesarios para conseguir dichos objetivos, mediante la realización de un lienzo Canvas.
- 2.** Determinar el mercado meta por medio de un estudio de mercado que permita conocer tanto la oferta como la demanda de productos informáticos en la ciudad de Tulcán y ciudades aledañas a esta.
- 3.** Realizar un estudio técnico y de estructura organizacional a través del cual poder determinar la ubicación, el tamaño del proyecto, los procesos y los recursos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento.
- 4.** Realizar un estudio para evaluar la situación financiera del proyecto y así determinar la factibilidad de la puesta en marcha de este.

3.3. Modelo de negocio

El modelo de negocio de la empresa es Business to consumer, los productos están dirigidos para el consumidor final, el emprendimiento se enfoca en la venta de activos de toda clase relacionados con el ámbito informático tanto en lo referente a software como hardware a través de una página web la cual permita la visualización y compra de los equipos en caso de que no pueda visitar la tienda física.

Se ha seleccionado este modelo de negocio porque de esta manera se podrá solucionar de manera directa las necesidades de las personas, ya que las compañías B2C venden soluciones directamente al cliente final (personas naturales). Además, la empresa tendrá un enfoque emocional, el cual nos permitirá satisfacer al cliente mediante la personalización del producto que necesita y de esta manera atraer a más clientes.

También se puede mencionar diferentes ventajas que hacen lucir a este modelo de negocio más atractivo, algunas de estas ventajas son la facturación promedio más alta, ventas más simples y mercado más amplio.

3.3.1. Lienzo CANVAS

Tabla 12 Lienzo CANVAS

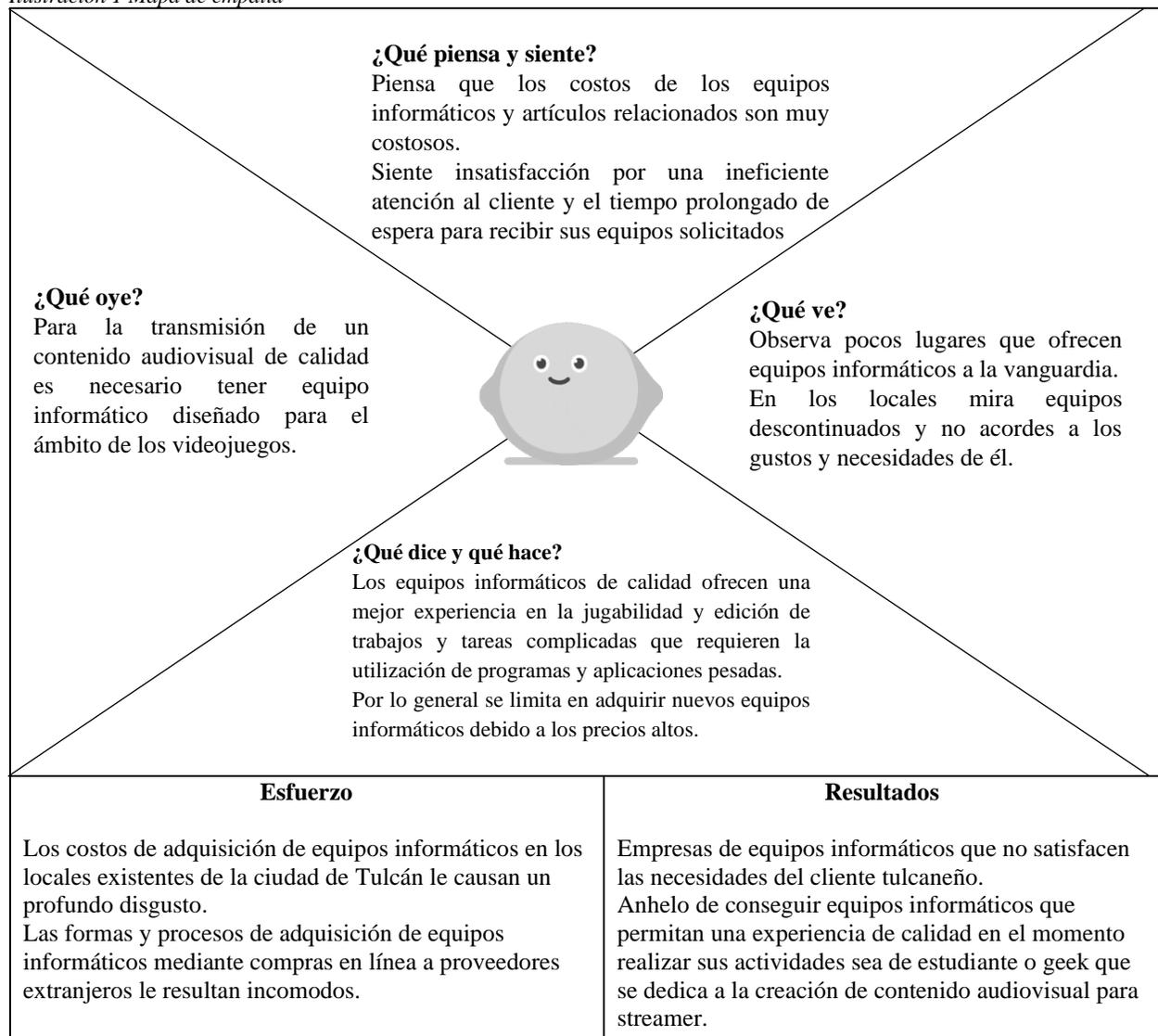
Socios clave <ul style="list-style-type: none"> • Importadores de tecnología. • Empresas de software a las cuales adquirir software actualizado y seguro. 	Actividades clave <p>Ensamble:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de redes informáticas, ordenadores personalizados. • Resolución de problemas: • Comercialización de toda clase de equipos informáticos y repuestos para estos. • Servicio Técnico. 	Propuesta de valor <ul style="list-style-type: none"> • Reciclaje de equipos informáticos. • Tiempos de espera reducidos. • Diversidad de productos en stock • Equipos informáticos de calidad. • Atención personalizada y asesoramiento en la compra. • Servicio Técnico especializado. • Servicio Postventa 	Canales <p>Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página web • Redes sociales <p>Venta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directa: en el local • Indirecta: opciones online <p>Distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio de delivery. • Directamente en el local. 	Segmento de mercado <ul style="list-style-type: none"> • Personas entre 20 a 69 años, streamers y gamers de la ciudad de Tulcán y la provincia del Carchi
	Recursos clave <p>Físicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipos informáticos • Periféricos • Repuestos • Local de venta 		Relación con los clientes <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia personal mediante la cual poder asesorar al cliente. • Crear vínculos con los clientes a través de la atención personalizada. • Servicios automáticos mediante los cuales un cliente pueda encontrar el producto que busca por sí mismo. 	
Estructura de costos <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de equipos y repuestos • Distribución de productos. • Costes de mano de obra • Promoción de la empresa • Alquileres y servicios básicos 		Fuente de ingresos <ul style="list-style-type: none"> • Venta de activos informáticos y repuestos. • Venta de periféricos • Prestación de servicio de asesoría y servicio técnico. 		

Elaborado por: Los autores

3.3.1.1. Descripción de los elementos CANVAS.

Segmento de clientes. Los productos y servicios que ofrece el presente proyecto están dirigidos a un segmento de clientes en el que están incluidos estudiantes y geeks que estén interesados en la creación de contenido audiovisual en internet específicamente aquellos que se dedican a los streams de video juegos en línea.

Ilustración 1 Mapa de empatía



Elaborado por: Los Autores

Propuesta de valor. Reciclaje de equipos informáticos con imperfecciones en su funcionalidad, tiempos de espera reducidos para los clientes, diversidad de productos en stock, equipos informáticos de calidad que garanticen un funcionamiento adecuado y posibilidad de mejora a futuro, atención personalizada y asesoramiento en la compra, ensamble de ordenadores a medida, servicio técnico especializado y servicio postventa.

Relación con los clientes. Asistencia personal mediante la cual poder asesorar al cliente de la mejor manera para que consiga lo que necesita referente a equipos informáticos y los respectivos repuestos para que puedan reparar sus equipos por sí mismos o hacerlo mediante un asesor de la empresa.

Crear vínculos con los clientes a través de la atención personalizada y de calidad por parte del personal y así fidelizar a los clientes para convertirlos en compradores regulares.

Servicios automáticos mediante los cuales un cliente pueda encontrar el producto que busca por sí mismo y adquirirlo inmediatamente.

Canales.

a. Comunicación

Página Web

Redes Sociales

b. Venta

Directa: El cliente podrá acercarse a las instalaciones y solicitar un producto.

Indirecta: mediante opciones online, el cliente realizará su pedido y este le será entregado mediante un intermediario (transporte o delivery).

c. Distribución

Empresas de entrega como Servientrega u Operadoras de Transporte

Directamente.

Directamente en el local de la empresa.

Fuentes de ingreso. Venta de activos informáticos (placas base, procesadores, memorias RAM, SSD, HDD, Fuentes de poder, cables de energía y datos), periféricos (Monitores, audífonos, teclados, mouse, webcams, micrófonos, impresoras), ordenadores portátiles, ordenadores de mesa, repuestos para ordenadores portátiles y de mesa, Smartphones y repuestos, periféricos de audio y video, consolas de videojuegos, prestación de servicios de asesoría y servicio técnico.

Actores clave

Importadores de tecnología.

Empresas de software, como Microsoft, a las cuales adquirir software actualizado y seguro.

Actividades clave

Ensamble:

Elaboración de redes informáticas, ordenadores personalizados.

Resolución de problemas:

Comercialización de toda clase de equipos informáticos y repuestos para estos.

Recursos clave

Físicos: Equipos informáticos, periféricos y repuestos.

Estructura de costos

Adquisición de equipos y repuestos, promoción de la empresa, distribución de productos, alquileres y servicios básicos, costes de mano de obra.

3.4. Estudio de mercado

3.4.1. Objetivo

Determinar el mercado meta por medio de un estudio de mercado que permita conocer tanto la oferta como la demanda de productos informáticos en la ciudad de Tulcán y ciudades aledañas a esta.

3.4.1.1. Objetivos específicos

- Determinar la demanda que existe en la ciudad de Tulcán con respecto a equipos informáticos de este tipo.
- Establecer la competencia directa y secundaria para este tipo de producto en la ciudad de Tulcán.
- Establecer de manera precisa como se ofertará el producto y el servicio que se pretende introducir en el mercado.
- Determinar el precio de venta más adecuado para este tipo de producto, que sea acorde a la de la competencia y la capacidad adquisitiva de cada uno de los futuros clientes.
- Determinar los canales de distribución y comercialización de los productos y servicios.

- Implementar estrategias de comercialización que permitan ganar la aceptación de los clientes en el mercado local.

3.4.2. Diseño de la investigación de mercados

El presente proyecto tendrá un enfoque cuantitativo y se probará la hipótesis que se ha planteado en un principio, de esta forma se medirá de manera numérica los datos y se hará uso de la estadística para determinar patrones en la conducta de la población tulcanéa.

Para la recopilación de los datos necesarios se hará uso de herramientas como la encuesta y la observación, es así como se obtendrá datos relevantes de la competencia, del segmento de mercado establecido, es decir los posibles consumidores, para así conocer cuan aceptada será la empresa y sus productos en la ciudad de Tulcán.

Para la aplicación de las encuestas se determinará el tamaño de la muestra y se utilizará el muestreo probabilístico estratificado, dado que permitirá seleccionar de manera aleatoria a las personas que integran el segmento de mercado, permitiendo recabar información relevante mediante la estructuración y aplicación de encuestas para el estudio de mercado y determinar la aceptación del producto en el mercado de la ciudad de Tulcán.

3.4.3. Variables del estudio de mercado

Tabla 13 Variables del estudio de mercado

Objetivo General	Objetivos específicos	Variable	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información	Público
Determinar el mercado meta por medio de un estudio de mercado que permita conocer tanto la oferta como la demanda de productos informáticos en la ciudad de Tulcán y ciudades aledañas a esta.	Determinar la demanda que existe en la ciudad de Tulcán con respecto a equipos informáticos de este tipo	Demanda	Población Cantidad de demanda Estimación de demanda Segmentación de mercado Mercado meta	Encuesta	Primaria-Segmento de mercado	Consumidores
	Establecer la competencia directa y secundaria para este tipo de producto en la ciudad de Tulcán	Oferta	Análisis de la competencia Cantidad de oferta Estimación de oferta	Encuesta Ficha de Observación	Primaria-Segmento de mercado y competidores	Consumidores Locales de equipos informáticos
	Establecer de manera precisa como se ofertará el producto y el servicio que se pretende introducir en el mercado.	Producto/ Servicio	Ambiente Presentación Productos más utilizados Atención del cliente Productos sustitutos Reservas	Encuesta	Primaria-Segmento de mercado	Consumidores

Objetivo General	Objetivos específicos	Variable	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información	Público
	Determinar el precio de venta más adecuado para este tipo de producto, que sea acorde a la de la competencia y la capacidad adquisitiva de cada uno de los futuros clientes	Precio	Precio de venta de competidores directos y secundarios	Encuesta Ficha de Observación	Primaria-Segmento de mercado y competidores	Consumidores Locales de equipos informáticos
	Determinar los canales de distribución y comercialización de los producto y servicios	Plaza	Lugares frecuentes de compra	Encuesta Ficha de Observación	Primaria-Segmento de mercado y competidores	Consumidores Locales de equipos informáticos
	Implementar estrategias de comercialización que permitan ganar la aceptación de los clientes en el mercado local	Promoción	Gustos y preferencias Tipo de cliente: genero-edad-ocupación	Encuesta	Primaria-Segmento de mercado	Consumidores

Elaborado por: Los autores

3.4.4. Segmentación de mercados

El segmento de mercado al cual se aplicará un estudio para reconocer patrones de comportamiento y posteriormente se ofrecerá los productos y servicios del proyecto que se pondrá en marcha está determinado por las variables que se muestran a continuación.

Tabla 14 Segmentación de mercados

Variables	Características	Detalle
Geográfico	Ubicación	Tulcán
Demográfico	Edad	20-69
Psicográficas	Estilo de vida	Estudiantes y geeks interesados en la creación de contenido audiovisual en internet.
Conductuales	Momento de uso	Estudio, trabajo y transmisiones en vivo de juegos en línea.

Elaborado por: Los autores

3.4.5. Clientes

Nuestros clientes potenciales se encuentran localizados en la ciudad de Tulcán, se ha considerado que deben tener una edad entre 20 a 69 años, económicamente activos y ser de clase media alta. Por lo tanto, son estudiantes y geeks, en este caso nuestros clientes también deben estar interesados en la creación de contenido audiovisual en internet, específicamente en la transmisión en vivo de juegos en línea.

3.4.6. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Para el presente proyecto se utilizará el muestreo probabilístico, dado que permitirá seleccionar de manera aleatoria a las personas que integran el segmento de mercado, permitiendo recabar información relevante para el estudio de mercado y determinar la aceptación del producto en el mercado de la ciudad de Tulcán.

Para la determinación de la muestra se utilizará la siguiente formula:

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

Donde:

n: tamaño de muestra

N: tamaño de la Población

Z: nivel de confianza

e: error de estimación máximo aceptado

p: probabilidad que ocurra

q: (1-p) probabilidad que no ocurra

Tabla 15 Cálculo de la muestra

Parámetro	Valor
N	107.033
Z	1,96
P	50%
Q	50%
e	5%

Elaborado por: Los Autores

Tabla 16 Tamaño de la muestra calculado

Valor del numerador	102.794,49
Valor del denominador	268,540
Tamaño de la muestra	382,79 (383)

Elaborado por: Los Autores

3.4.7. Instrumentos de recolección

3.4.7.1. Encuesta. Este instrumento se lo utilizará para recolectar información que permitirá identificar patrones de comportamiento en la población, conociendo a la población se facilitará la implementación del emprendimiento. La encuesta se aplicará a 219 habitantes de la ciudad de Tulcán y de esta manera se conocerá la demanda que existe en la ciudad de Tulcán en cuanto a equipos informáticos.

3.4.7.2. Ficha de Observación. Mediante este instrumento se conocerá la oferta y competencia en el mercado, mediante la observación se recolectará información del lugar, precio y calidad que ofrecen los locales que se dedican a la comercialización de equipos informáticos.

3.4.8. Resultados y discusión

3.4.8.1. Análisis de la encuesta.

Datos Generales:

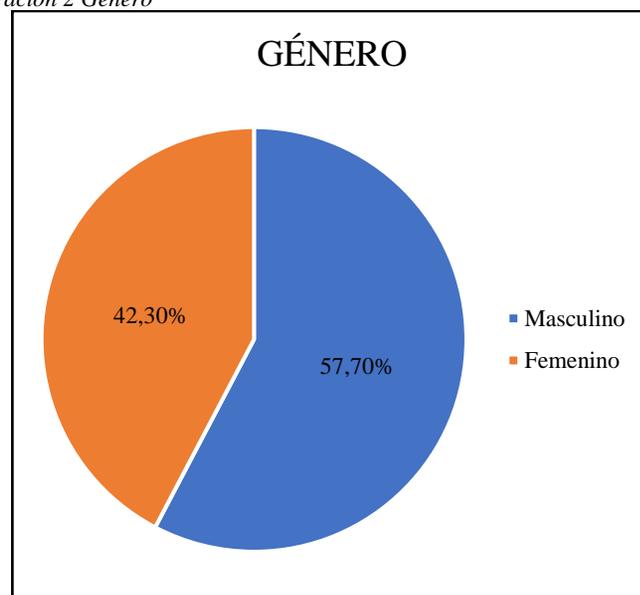
GÉNERO

Tabla 17 Género

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	221	57,70%
Femenino	162	42,30%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 2 Género



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: La identificación del género de los potenciales clientes permite tomar una decisión respecto a la estrategia a tomarse al momento de ofrecer los productos, ya que en la mayoría de los casos una mujer y un hombre difieren en gustos, por tanto, es necesario tener el conocimiento de este aspecto para lograr cumplir las expectativas de cada cliente.

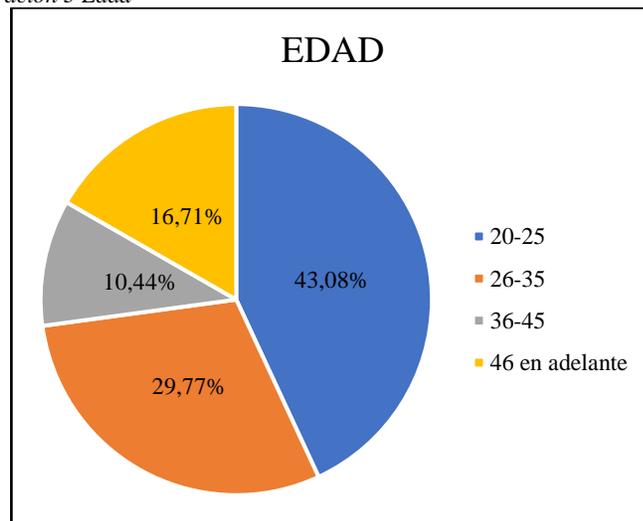
EDAD

Tabla 18 Edad

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-25	165	43,08%
26-35	114	29,77%
36-45	40	10,44%
46 en adelante	64	16,71%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 3 Edad



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Al igual que el género, las edades permiten conocer quiénes son los consumidores más habituales de productos como los que ofrece el emprendimiento, de esta manera se puede optar por un mayor stock de productos acorde a la tendencia observada.

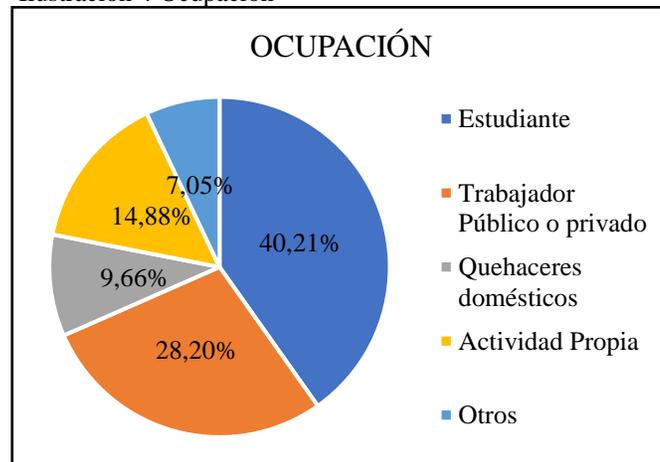
OCUPACIÓN

Tabla 19 Ocupación

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	A	
Estudiante	154	40,21%
Trabajador Público o privado	108	28,20%
Quehaceres domésticos	37	9,66%
Actividad Propia	57	14,88%
Otros	27	7,05%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 4 Ocupación



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Conocer la ocupación con la que cuentan mayoritariamente los potenciales clientes es importante debido a que, de acuerdo con esto, necesitan equipos más o menos especializados por tanto es importante conocer cual tipo de actividad desempeña la mayoría de ellos y de acuerdo con esto obtener el stock de productos.

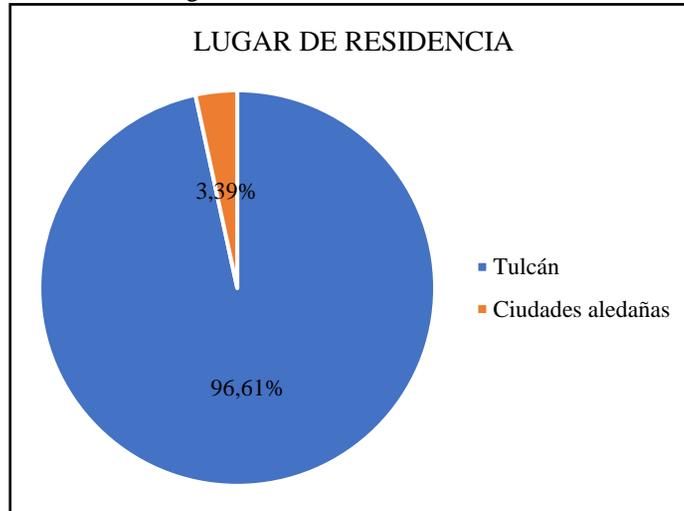
LUGAR DE RESIDENCIA

Tabla 20 Lugar de Residencia

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tulcán	370	96,61%
Ciudades aledañas	13	3,39%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 5 Lugar de Residencia



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: De acuerdo con la información se pudo observar que en la ciudad de Tulcán transitan no solamente ciudadanos locales sino también de las comunidades aledañas quienes también pueden convertirse en potenciales clientes ya que muchos de ellos compran productos en la ciudad.

CUESTIONARIO:

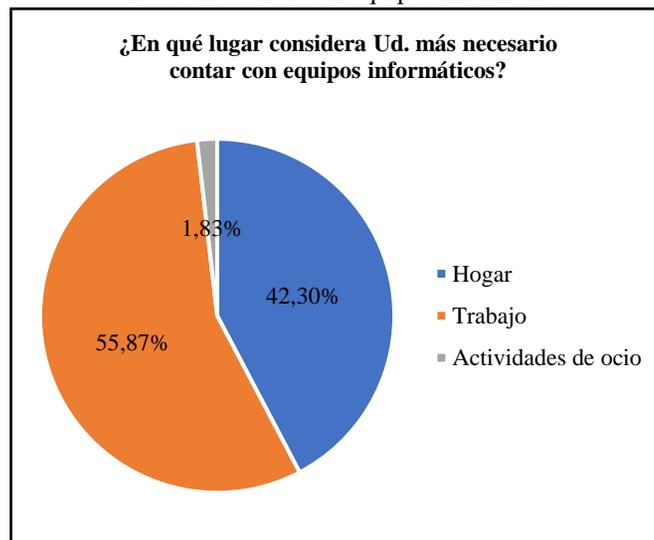
PREGUNTA 1: ¿En qué lugar considera Ud. más necesario contar con equipos informáticos?

Tabla 21 Lugar en el que es más necesario contar con equipos informáticos

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hogar	162	42,30%
Trabajo	214	55,87%
Actividades de ocio	7	1,83%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 6 Lugar en el que es más necesario contar con equipos informáticos



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: La capacidad que necesita un computador difiere del uso que se pretende dar a este, por tanto es importante conocer cuál es la actividad que cada uno de los posibles clientes le dará mayoritariamente, con la finalidad de poder contar con componentes dirigidos a cada segmento que puedan dar el rendimiento necesario para cada tipo de actividad, a un costo accesible y apegado a la realidad.

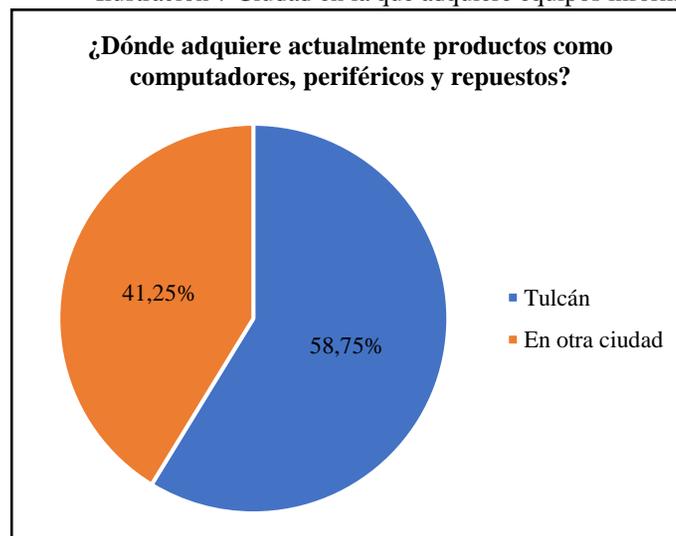
PREGUNTA 2: ¿Dónde adquiere actualmente productos como computadores, periféricos y repuestos?

Tabla 22 Ciudad en la que adquiere equipos informáticos

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tulcán	225	58,75%
En otra ciudad	158	41,25%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 7 Ciudad en la que adquiere equipos informáticos



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Si bien la mayoría de encuestados supieron manifestar que realizan compras de productos tecnológicos en la ciudad, es evidente que una gran cantidad de ciudadanos prefiere adquirir sus productos en otras ciudades, la mayoría de estos en la ciudad de Ipiales, la cual ofrece productos similares a los que existen en la ciudad, pero a un menor precio.

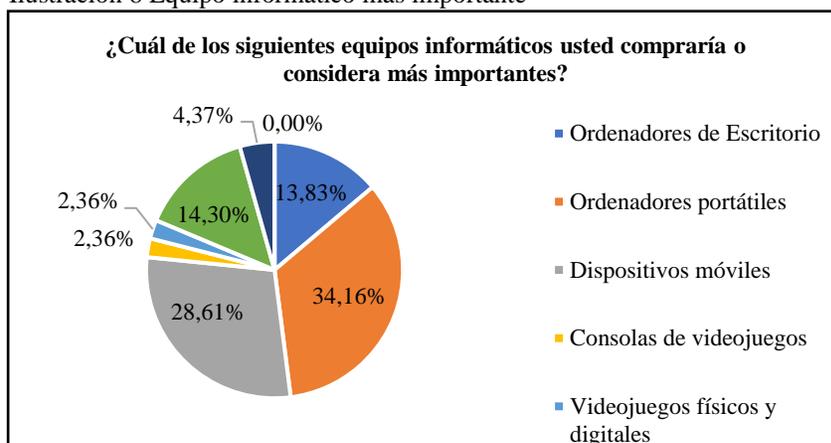
PREGUNTA 3: ¿Cuál de los siguientes equipos informáticos usted compraría o considera más importantes?

Tabla 23 Equipo informático más importante

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ordenadores de Escritorio	117	13,83%
Ordenadores portátiles	289	34,16%
Dispositivos móviles	242	28,61%
Consolas de videojuegos	20	2,36%
Videojuegos físicos y digitales	20	2,36%
Periféricos de entrada y salida	121	14,30%
Accesorios para Gaming	37	4,37%
Otro	0	0,00%
TOTAL	846	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 8 Equipo informático más importante



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Al conocer cual o cuales productos cuentan con mayor aceptación por parte de los posibles clientes se puede realizar la adquisición de stock de dichos productos con mayor frecuencia que los de menos aceptación, con la finalidad de brindar una mejor atención y satisfacer la demanda de los ciudadanos.

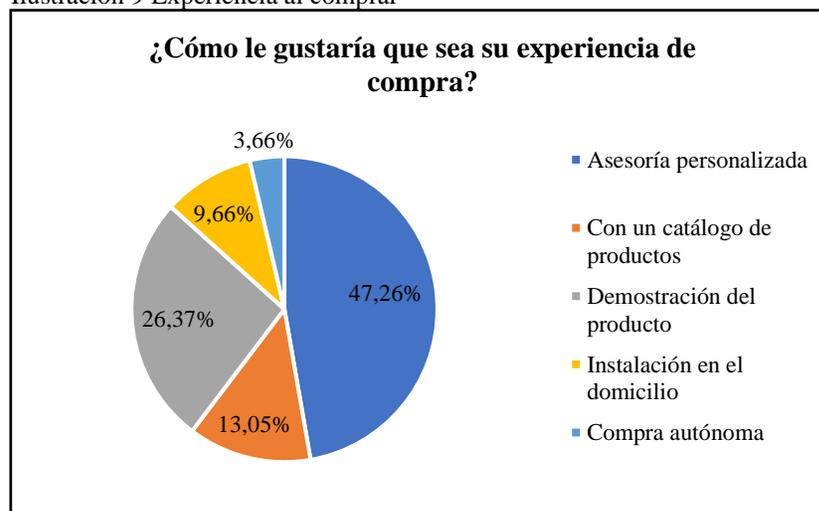
PREGUNTA 4: ¿Cómo le gustaría que sea su experiencia de compra?

Tabla 24 Experiencia al comprar

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Asesoría personalizada	181	47,26%
Con un catálogo de productos	50	13,05%
Demostración del producto	101	26,37%
Instalación en el domicilio	37	9,66%
Compra autónoma	14	3,66%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 9 Experiencia al comprar



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Con el objetivo de conocer como el cliente prefiere realizar su compra, y de acuerdo con lo observado, es importante que los potenciales clientes del emprendimiento cuenten con una asesoría para obtener un producto que se adapte a sus necesidades y no se vean perjudicados al tener que adquirir equipos preensamblados demasiado costosos.

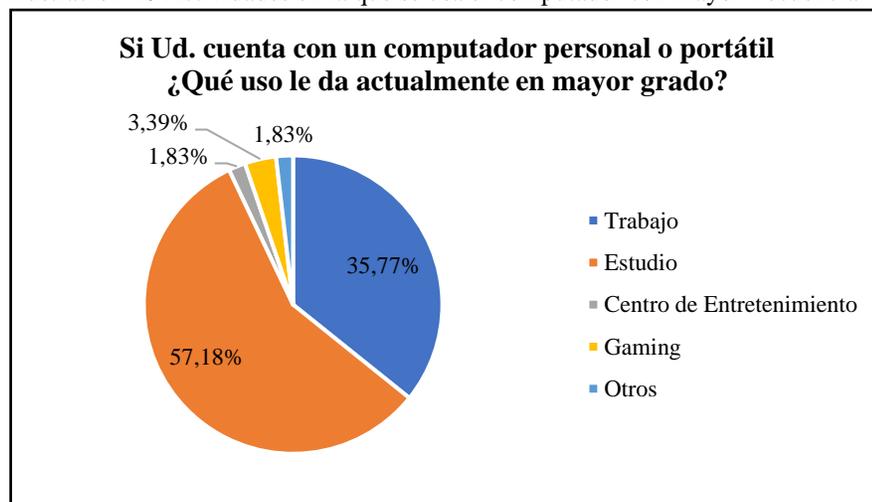
PREGUNTA 5: Si Ud. cuenta con un computador personal o portátil ¿Qué uso le da actualmente en mayor grado?

Tabla 25 Actividades en la que se usa el computador con mayor frecuencia

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trabajo	137	35,77%
Estudio	219	57,18%
Centro de Entretenimiento	7	1,83%
Gaming	13	3,39%
Otros	7	1,83%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 10 Actividades en la que se usa el computador con mayor frecuencia



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Conocer cuál es la actividad que los posibles clientes dan mayormente a su ordenador permitirá ofrecer dispositivos como periféricos que se acoplen a dichas actividades, además de ofrecer promociones acordes a estas.

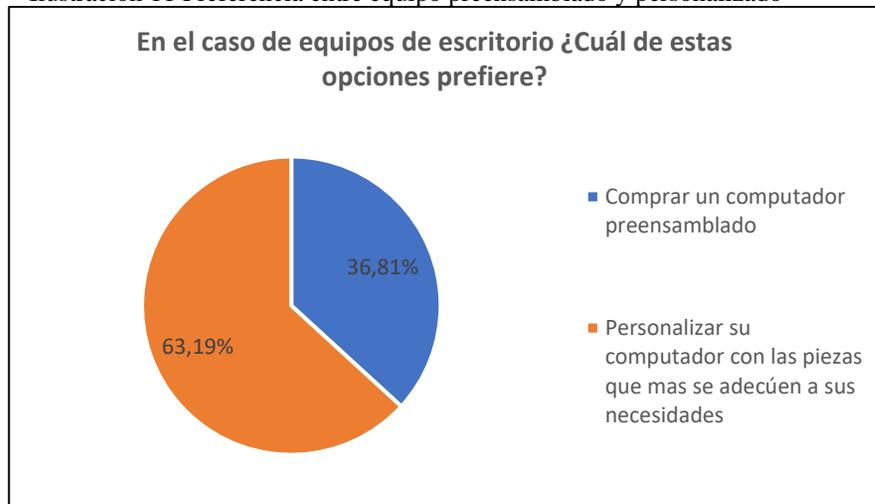
PREGUNTA 6: En el caso de equipos de escritorio ¿Cuál de estas opciones prefiere?

Tabla 26 Preferencia entre equipo preensamblado y personalizado

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comprar un computador preensamblado	242	63,19%
Personalizar su computador con las piezas que más se adecúen a sus necesidades	141	36,81%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 11 Preferencia entre equipo preensamblado y personalizado



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Con esta pregunta se pretende conocer la aceptación que tienen los posibles clientes respecto a la posibilidad de armar un computador con piezas adecuadas a sus necesidades, ya que esta opción ofrece ventajas tanto para el consumidor como para el emprendimiento.

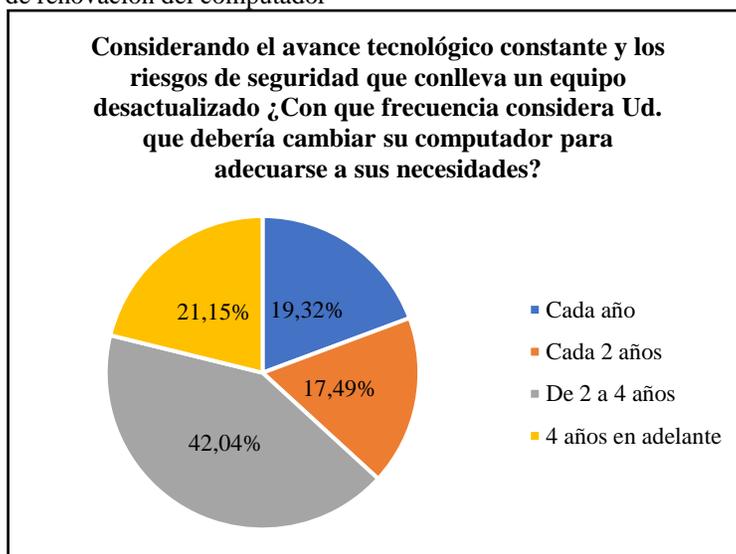
PREGUNTA 7: Considerando el avance tecnológico constante y los riesgos de seguridad que conlleva un equipo desactualizado ¿Con que frecuencia considera Ud. que debería cambiar su computador para adecuarse a sus necesidades?

Tabla 27 Tiempo de renovación del computador

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada año	74	19,32%
Cada 2 años	67	17,49%
De 2 a 4 años	161	42,04%
4 años en adelante	81	21,15%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 12 Tiempo de renovación del computador



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Conocer la frecuencia con la que los consumidores consideran necesario renovar sus equipos tecnológicos permitirá ofrecer piezas que puedan ser actualizadas en dicho período de tiempo sin la necesidad de renovar el equipo completo.

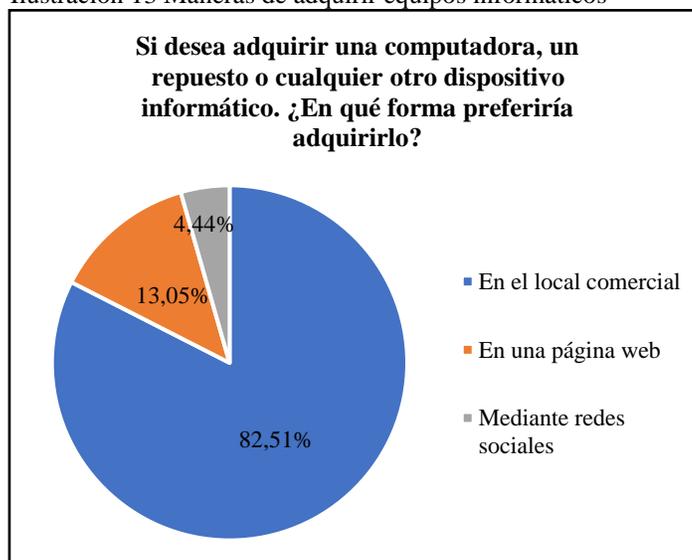
PREGUNTA 8: Si desea adquirir una computadora, un repuesto o cualquier otro dispositivo informático. ¿En qué forma preferiría adquirirlo?

Tabla 28 Maneras adquirir equipos informáticos

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En el local comercial	316	82,51%
En una página web	50	13,05%
Mediante redes sociales	17	4,44%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 13 Maneras de adquirir equipos informáticos



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: En su mayoría, para las personas encuestadas es importante contar con un local comercial donde poder adquirir los productos ya que esto brinda mayor seguridad y confianza para los potenciales clientes por lo cual es importante contar con una dirección física donde estos puedan dirigirse, además también puede complementarse con una página web donde puedan obtener información acerca de los productos y servicios ofrecidos.

PREGUNTA 9: Según las necesidades de su carrera o trabajo ¿Cuál es el precio promedio que Ud. consideraría adecuado pagar por este tipo de productos?

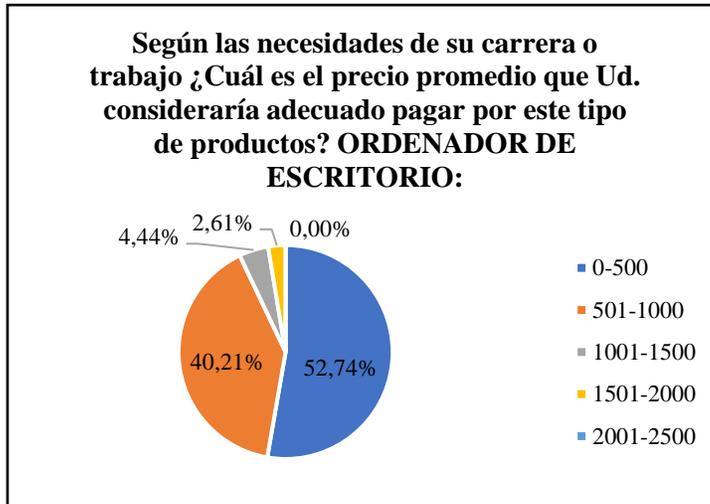
ORDENADOR DE ESCRITORIO:

Tabla 29 Precio de ordenador de escritorio

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-500	202	52,74%
501-1000	154	40,21%
1001-1500	17	4,44%
1501-2000	10	2,61%
2001-2500	0	0,00%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 14 Precio de ordenador de escritorio



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: El precio promedio que los clientes están dispuestos a pagar por un equipo permite que en el emprendimiento se cuente con piezas que estén apegadas lo más posible a estas cantidades de dinero sin perder calidad por ello.

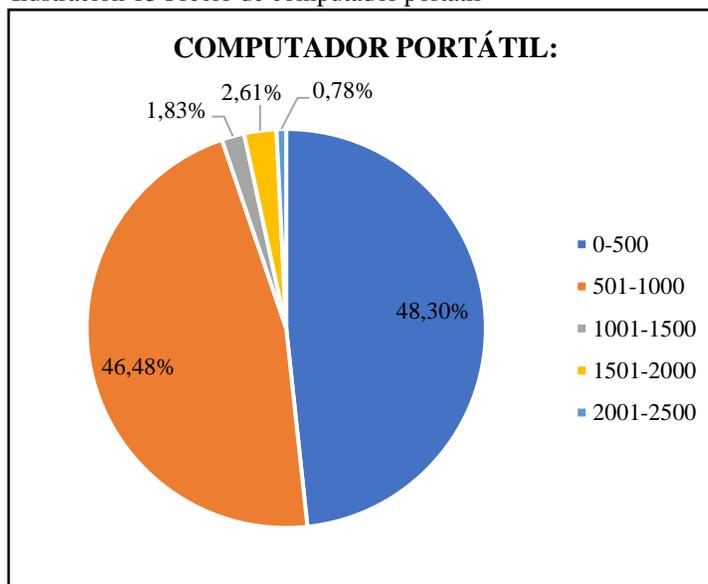
COMPUTADOR PORTÁTIL:

Tabla 30 Precio de computador portátil

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-500	185	48,30%
501-1000	178	46,48%
1001-1500	7	1,83%
1501-2000	10	2,61%
2001-2500	3	0,78%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 15 Precio de computador portátil



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Al saber el rango de precios que pueden aceptar los clientes por un ordenador portátil, se podrá adquirir un stock que se adecue a estos presupuestos, debido a que es necesario poder contar con equipos que tengan un rendimiento adecuado sin que lleguen a ser demasiado costosos, esto porque en el caso de los ordenadores portátiles la personalización resulta mucho más complicada.

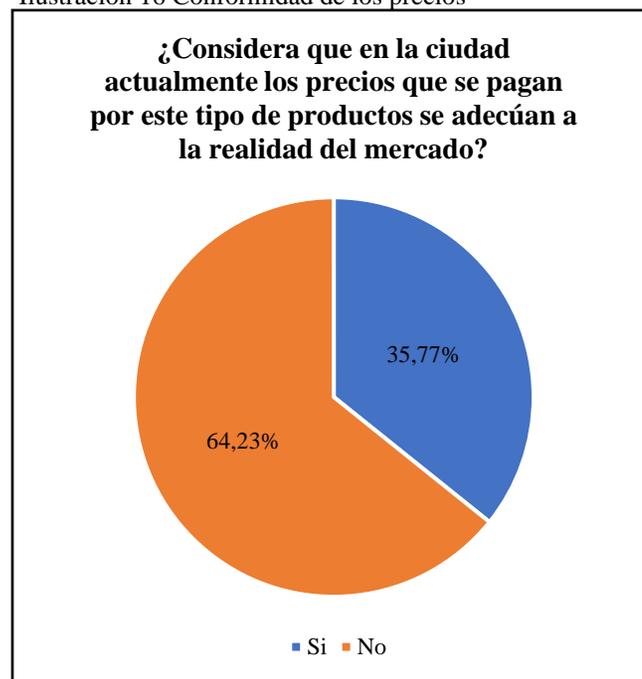
PREGUNTA 10: ¿Considera que en la ciudad actualmente los precios que se pagan por este tipo de productos se adecúan a la realidad del mercado?

Tabla 31 Conformidad con los precios

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	137	35,77%
No	246	64,23%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 16 Conformidad de los precios



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: En la opinión de los encuestados actualmente en la ciudad los precios no se ajustan a la realidad del mercado, ya que, si bien es posible encontrar equipos de buena calidad, los precios resultan demasiado altos, y esto provoca que muchos de ellos opten por la posibilidad de adquirir los equipos y repuestos en otras ciudades.

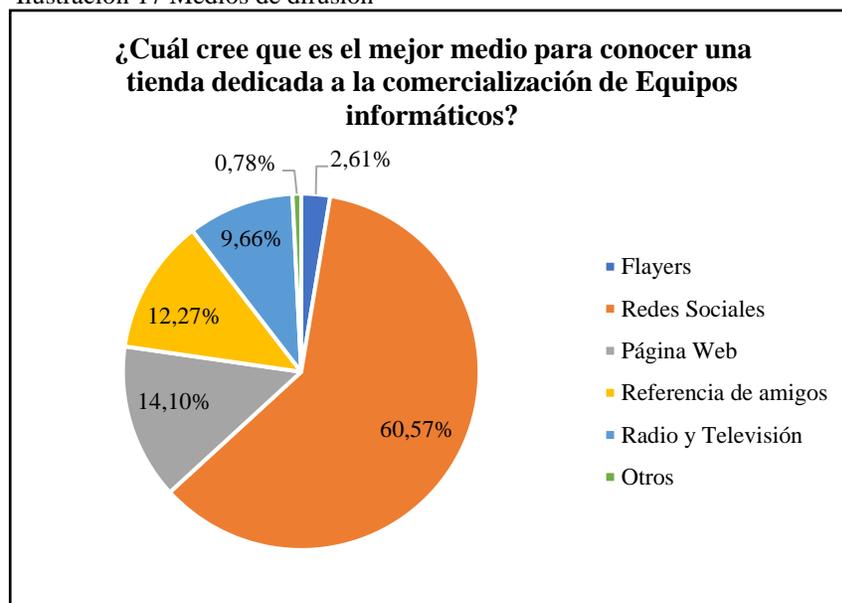
PREGUNTA 11: ¿Cuál cree que es el mejor medio para conocer una tienda dedicada a la comercialización de Equipos informáticos?

Tabla 32 Medios de difusión

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Flayers	10	2,61%
Redes Sociales	232	60,57%
Página Web	54	14,10%
Referencia de amigos	47	12,27%
Radio y Televisión	37	9,66%
Otros	3	0,78%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 17 Medios de difusión



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: La manera en la cual los clientes prefieren conocer una tienda de este tipo permitirá asignar los recursos necesarios para dar a conocer de una mejor manera al emprendimiento y lograr captar la atención de la mayor cantidad posible de posibles clientes.

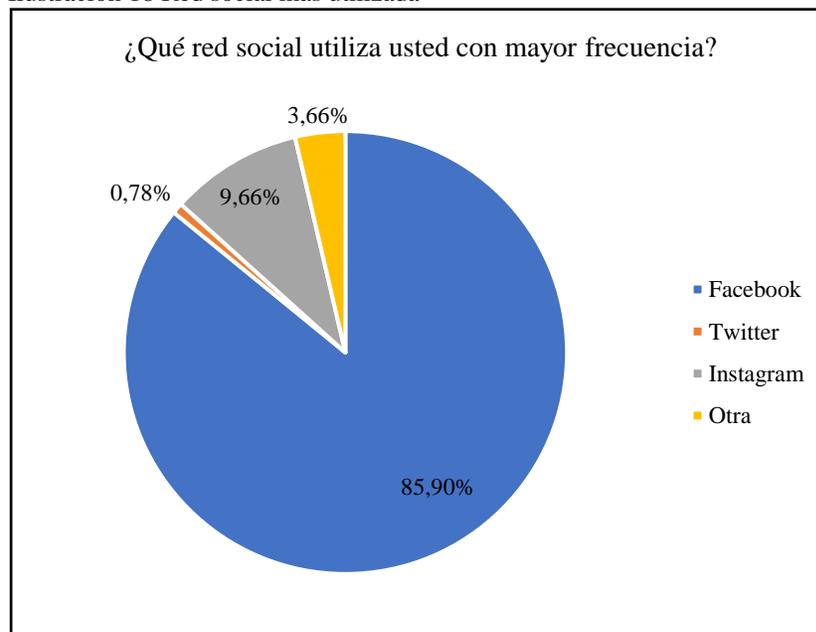
PREGUNTA 12: ¿Qué red social utiliza usted con mayor frecuencia?

Tabla 33 Red social más utilizada

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	329	85,90%
Twitter	3	0,78%
Instagram	37	9,66%
Otra	14	3,66%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 18 Red social más utilizada



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: La red social más utilizada por las personas encuestadas es Facebook, por tanto, es importante contar con una mayor presencia en esta red social para poder atraer a potenciales clientes para la empresa.

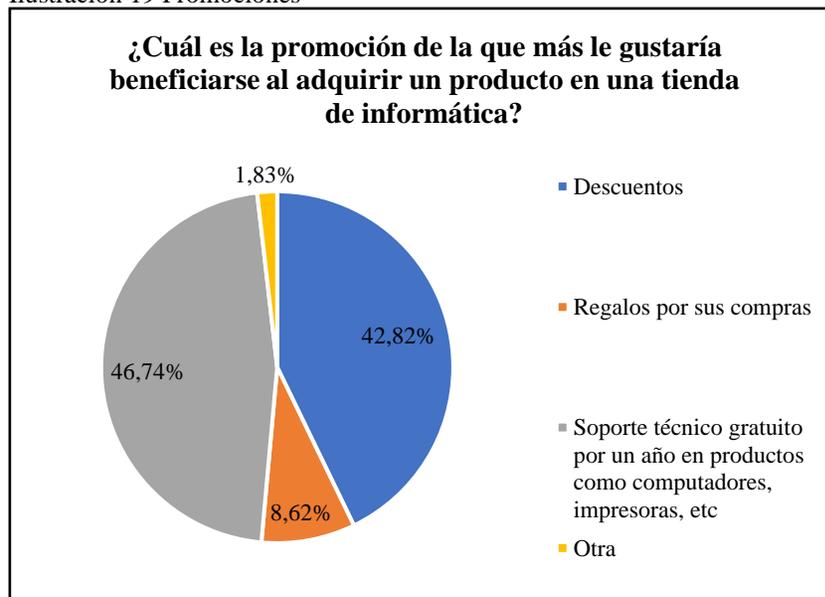
PREGUNTA 13: ¿Cuál es la promoción de la que más le gustaría beneficiarse al adquirir un producto en una tienda de informática?

Tabla 34 Promociones

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	164	42,82%
Regalos por sus compras	33	8,62%
Soporte técnico gratuito por un año en productos como computadores, impresoras, etc.	179	46,74%
Otra	7	1,83%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 19 Promociones



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Para lograr que los potenciales clientes opten por comprar los productos en la empresa, de acuerdo con los resultados se podría ofrecer a los clientes un descuento por sus compras, además también es posible captar la atención de muchos de los clientes realizando soporte técnico gratuito para los equipos que adquieran en la empresa.

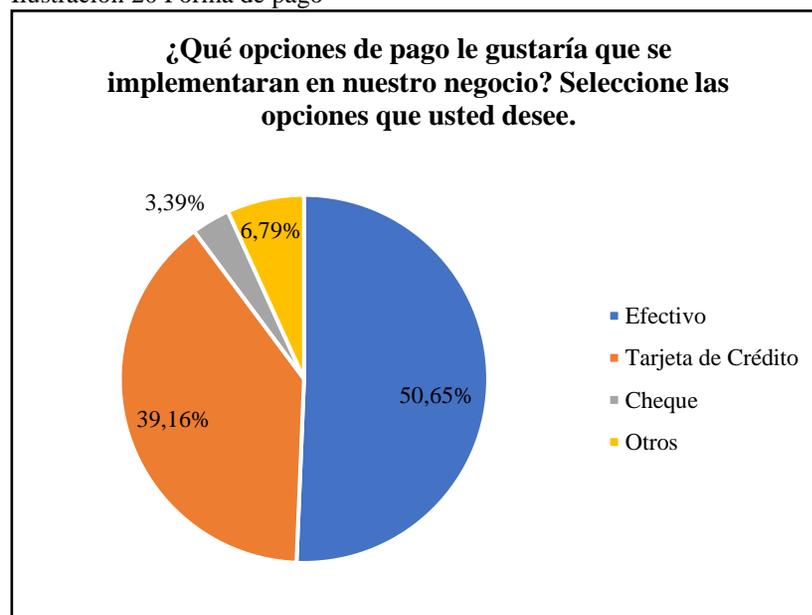
PREGUNTA 14: ¿Qué opciones de pago le gustaría que se implementaran en nuestro negocio? Seleccione las opciones que usted desee.

Tabla 35 Forma de pago

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	194	50,65%
Tarjeta de Crédito	150	39,16%
Cheque	13	3,39%
Otros	26	6,79%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 20 Forma de pago



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Las formas de pago por las cuales podría optar “BigData” son mediante efectivo o con tarjeta de crédito, las cuales muestran ser los medios de pago preferidos por los posibles clientes.

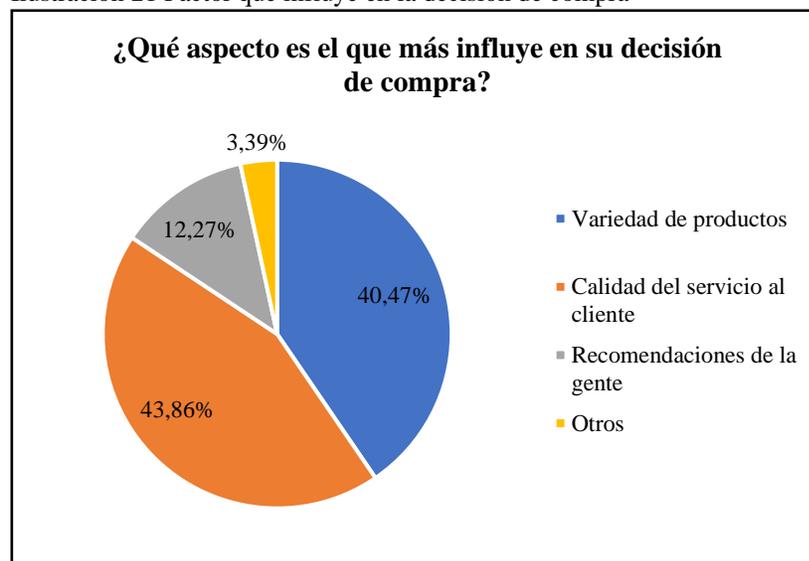
PREGUNTA 15: ¿Qué aspecto es el que más influye en su decisión de compra?

Tabla 36 Factor que influye en la decisión de compra

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Variedad de productos	155	40,47%
Calidad del servicio al cliente	168	43,86%
Recomendaciones de la gente	47	12,27%
Otros	13	3,39%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 21 Factor que influye en la decisión de compra



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Los resultados muestran que uno de los principales atractivos de un negocio de esta naturaleza es la calidad del servicio al cliente, por lo cual esta será una parte importante a tomar en cuenta para lograr atraer a más clientes potenciales.

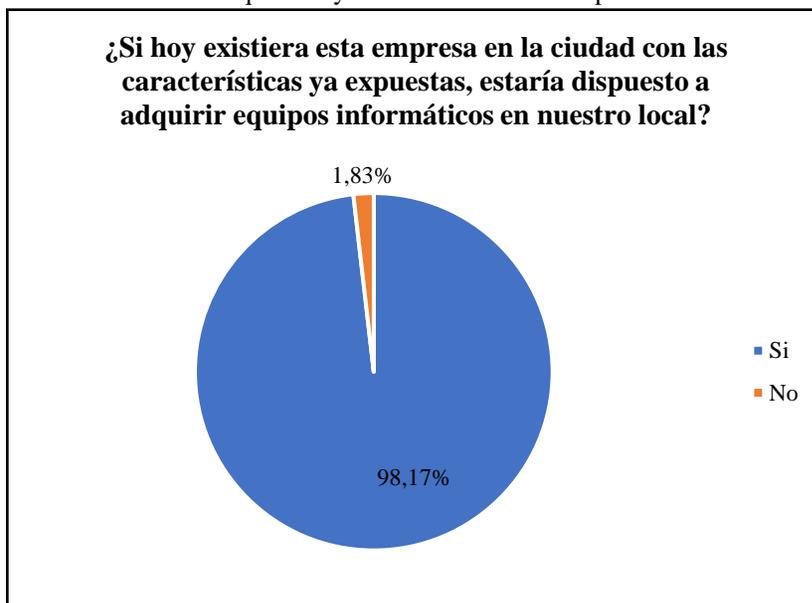
PREGUNTA 16: ¿Si hoy existiera esta empresa en la ciudad con las características ya expuestas, estaría dispuesto a adquirir equipos informáticos en nuestro local?

Tabla 37 Disposición de adquirir equipos informáticos en “BIGDTA”

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	376	98,17%
No	7	1,83%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Ilustración 22 Factor que influye en la decisión de compra



Elaborado por: Los autores
Fuente: Investigación propia

Análisis: Es de suma importancia conocer el nivel de aceptación que podría tener un negocio de este tipo en la localidad, ya que de no contar con una buena aceptación no sería viable concretar la realización del emprendimiento, por tanto, se podría considerar implementar el negocio debido a la aceptación mostrada por los potenciales compradores.

3.4.9. Análisis de la demanda

Para elegir a los demandantes potenciales identificamos las variables más importantes de los habitantes de la ciudad de Tulcán en la provincia de Carchi, para esto se realizó una encuesta, mediante la cual se planea obtener la información acerca de las condiciones financieras de los consumidores, así como la percepción que estos tienen acerca de la importancia de contar con un computador, además de obtener también información de lo que cada uno de ellos piensa acerca de los precios que se ofrece por este tipo de productos en la localidad.

Al final se tomó en cuenta como segmentación a las personas entre 20 a 69 años, económicamente activos y con ingresos mayores a \$400 dólares que representa el SBU, quienes consideramos como las personas que utilizan un computador con mayor frecuencia para desenvolver sus actividades diarias de manera más eficiente.

Tabla 38 Análisis de la demanda

Población		
Segmento de Mercado	Habitantes	Porcentaje
Población general del Carchi	186.869	100%
Población de 20 a 69 años	107.033	57,3%
Resto de la Población	79.836	42,7%

Elaborado por: Los autores

Fuente: Encuestas

Según el INEC un hogar típico en Ecuador tiene cuatro miembros y más de uno gana el salario básico unificado, el cual para 2021 se encuentra en USD 400 mensuales.

Tomando en cuenta que la población que se encuentra entre los 20 a 69 años es de 107.033 personas y adicional a esto vemos que existe un promedio de 4 integrantes por familia, tendríamos un total de 26.758 familias, a esto suponemos que cada encuestado es parte de una

familia, además según datos del INEC para el 2020 en el Ecuador el 31.3% de los hogares cuenta con un ordenador de escritorio, y el 25.3% cuenta con un ordenador portátil, por lo cual podemos determinar que al menos 8375 familias cuentan con un computador de escritorio y 7572 familias tienen un computador portátil para un total de 15947 familias que cuentan con al menos uno de estos dispositivos en casa; por lo tanto se tendría una demanda potencial anual de 10811 familias (restando número de familias: 26758 menos número de familia que poseen computador: 15947).

3.4.10. Análisis de la oferta

Para la oferta se realizaron fichas de observación y conversaciones de tipo informal con trabajadores de las empresas de venta de computadores más importantes dentro de la ciudad de Tulcán, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 39 Análisis de la Oferta

Empresa	Dirección	Ventas Diarias Pc de Escritorio	Ventas Semanales	Ventas Anuales
MOVITECH	Sucre y Junín esquina, Tulcán, Ecuador	5	25	1300
TECHNET	Bolívar y Pichincha, Tulcán, Ecuador	4	20	1040
TOTAL VENTAS		9	45	2340

Elaborado por: Los autores
Fuente: Encuestas

A través de la aplicación de la técnica de la observación se evidenció que las empresas venden en promedio 9 ordenadores de escritorio al día, es decir 2340 anuales (9 equipos diarios

por 5 días de la semana, luego por 52 semanas que tiene el año) siendo este valor la oferta de la competencia.

3.4.11. Demanda insatisfecha

Obtenidos los datos de la demanda y la oferta sobre los equipos informáticos en el cantón Tulcán, se pudo identificar qué cantidad de equipos informáticos no ha quedado cubierta.

De acuerdo con las encuestas el nivel de aceptación del emprendimiento es de 98.17% por lo cual luego de multiplicar la demanda potencial por este porcentaje obtenemos 10613, de este valor podemos obtener que el número de clientes potenciales y a la vez la demanda insatisfecha a cubrir que es de 8273 (restando la demanda potencial: 10.613 menos demanda cubierta por la competencia: 2340).

3.4.12. Estrategias de comercialización

Producto

- Adquisición de Inventario

La adquisición del inventario se la realizará en las empresas líderes de partes computadores como son Gigabyte, Asus, Corsair, Nvidia, entre otras, pero cabe resaltar que el personal llevará un control de calidad al momento de recibir cada componente para así afirmar que los productos estén en buen estado y sean de la mejor calidad.

- ✓ Para la adquisición las distintas partes, se comprará productos que sean conocidos en el mercado controlando su calidad y su estado.

- ✓ Para la adquisición de nuestros productos complementarios compraremos aquellos que pasen el control de calidad, obteniendo el reconocimiento de los clientes por nuestros productos de primera.
- ✓ En la supervisión del ensamblaje el personal correspondiente tendrá la responsabilidad de constatar la manipulación y aplicación de las partes correctamente.
- ✓ Control de atención en los pedidos, se manejará un orden en los pedidos para que estos se cumplan con la mayor rapidez posible para obtener la satisfacción del cliente.

Precio

- Fijación de Precio

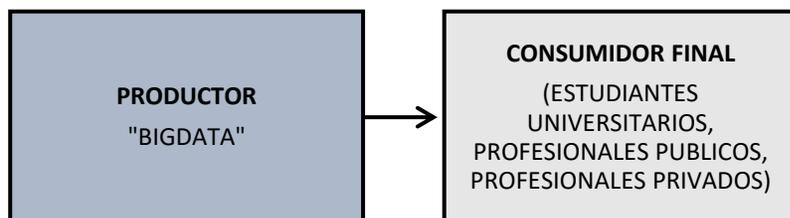
El precio de los productos que oferta el establecimiento ha sido fijado en función de los costos y gastos y un porcentaje de utilidad; además, se usa como parámetro la competencia.

Plaza o canales de distribución

- Servicio directo

La distribución de nuestro producto será de forma directa, puesto que no habrá intermediarios entre nosotros como comercializadores y el consumidor final. El consumidor deberá dirigirse a las instalaciones para adquirir nuestro producto con el fin de generar un ambiente agradable y llamativo, además de contar con personal capacitado y cordial.

La distribución será de la siguiente manera:



Promoción

- **Medios de difusión**

Publicidad de los productos por medio de redes sociales, específicamente utilizando la red social Facebook, en la cual se pagará para que publicite nuestros productos y servicios.

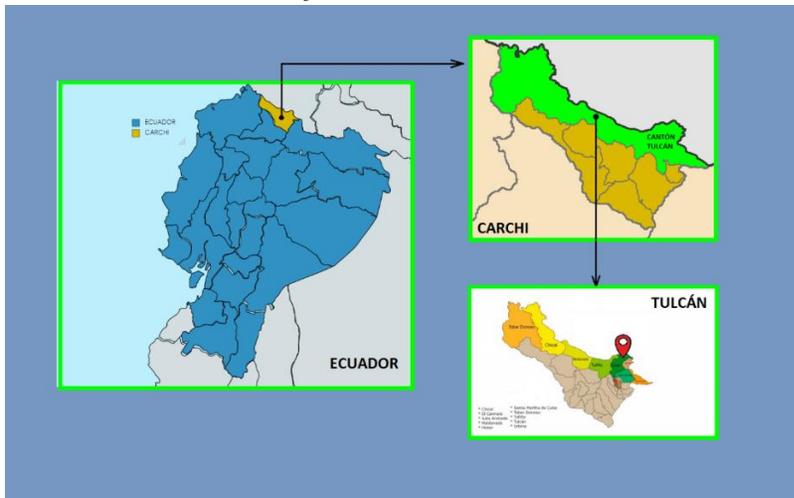
Además, se creará una página web la cual también servirá como tienda en línea.

3.5. Estudio técnico – administrativo

3.5.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

3.5.1.1. Macro localización

Ilustración 23 Macro localización



Fuente: MapChart
Elaborado por: los autores

3.5.1.2. Micro localización

Para la localización de la empresa se han elegido tres posibles lugares ubicados en distintas zonas de la ciudad de Tulcán, como lo son la Av. Coral y Calle Bolivia, la cual se encuentra ubicada en el sector centro-norte de la ciudad, la Av. Bolívar y Ayacucho ubicada en

el centro de la urbe y la Av. Veintimilla y Juan XXIII, la cual se encuentra al sur de la localidad, dichos lugares serán evaluados de acuerdo a varios elementos y se ha establecido una escala del 1 al 5 para calificarlas, siendo 5 la mayor calificación

De acuerdo con esto, para la posible localización del negocio se han tomado en cuenta las características del lugar en el cual la empresa podría desarrollar sus actividades, considerando los factores más importantes a mencionar las siguientes:

Tabla 40 Ubicación

Factor	Peso	Av. Coral y Calle Bolivia		Av. Bolívar y Ayacucho		Av. Veintimilla y Juan XXIII	
		Calf.	PxC	Calf.	PxC	Calf.	PxC
Tránsito de personas	0.3	4	1.2	5	1.5	3	0.9
Vías de comunicación	0.2	5	1	4	0.8	5	0.8
Competencia presente	0.1	3	0.3	4	0.4	5	0.5
Capacidad de expansión	0.2	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Seguridad del sector	0.2	5	1	3	0.6	3	0.6
TOTAL			4.1		3.9		3.4

Elaborado por: Los autores

Tomando en cuenta estos factores y luego de ser analizados, el resultado muestra que la mejor ubicación para un negocio de este tipo sería en el centro-norte de la ciudad debido a que cuenta con vías de comunicación que permiten mayor flujo tanto de peatones como de vehículos, los cuales serán utilizados para realizar los envíos de productos pedidos a través de medios digitales, por otro lado, la seguridad del sector es bastante buena debido a la cercanía de sitios seguros de la policía nacional ya que en el sector existen edificios gubernamentales que cuentan con resguardo policial, además no existen competidores cercanos ubicados en este sector, por lo cual concretamente la posible ubicación de la empresa podría ser en la Av. Coral y Calle Bolivia.

3.5.2. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

3.5.2.1. Mercado. La demanda insatisfecha a cubrir es de 8273 (restando la demanda potencial: 10.613 menos demanda cubierta por la competencia: 2340).

3.5.2.2. Tecnología (Maquinaria). La tecnología que se utiliza en la empresa son básicamente los equipos requeridos en ventas, en la gerencia y especialmente las requeridas por el técnico, tales como el computador que se utiliza para la preparación e instalación de programas, el multímetro, reguladores de voltaje, etc. Con la finalidad de establecer una buena relación con los clientes, la empresa contará con software especializado para lograr recopilar datos útiles que permitan brindar a los clientes una atención personalizada, y ayuden a la toma de decisiones en la empresa.

3.5.2.3. Disponibilidad de recursos. Los componentes utilizados para elaborar los ordenadores personalizados como la placa madre, procesadores, fuentes de alimentación, memorias RAM, tarjetas de video, entre otras, y los inventarios necesarios para la empresa son accesibles en la localidad, sin embargo, se optará por realizar convenios con proveedores de ciudades como Quito y Guayaquil quienes ofrecen insumos de calidad mayor a precios más accesibles.

3.5.2.4. Financiamiento. El capital de trabajo y la inversión inicial necesaria para empezar a funcionar es de \$ 26.104,85 de los cuales \$ 11.104,85 es decir el 42,54% serán aportados por los socios y el restante 15000 se financiará mediante crédito bancario el cual representa el 57,46% de la inversión total, en un plazo de 3 años o 36 meses a una tasa de interés del 11% anual.

3.5.2.5. Capacidad Instalada. BigData podrá armar 6 unidades de ordenadores de escritorio personalizados a la semana para así lograr satisfacer una demanda de 312 unidades al año, a la vez está en capacidad de vender 6 unidades de ordenadores portátiles, 8 unidades del set de accesorios estudiantil, 10 unidades de accesorios Gaming y 10 sets de dispositivos de entrada y salida para computador a la semana, para un total de 1456 unidades de este tipo de productos al año, sin embargo en cuanto a los ordenadores de escritorio y portátiles se planea comenzar por un 50% de la capacidad instalada debido al avance tecnológico y con la finalidad de contar con un stock mínimo de 3 unidades a la semana 2 para exhibición y uno en bodegas, para posteriormente tener un aumento de un 30% de la capacidad instalada por año.

3.5.3. Ingeniería del proyecto

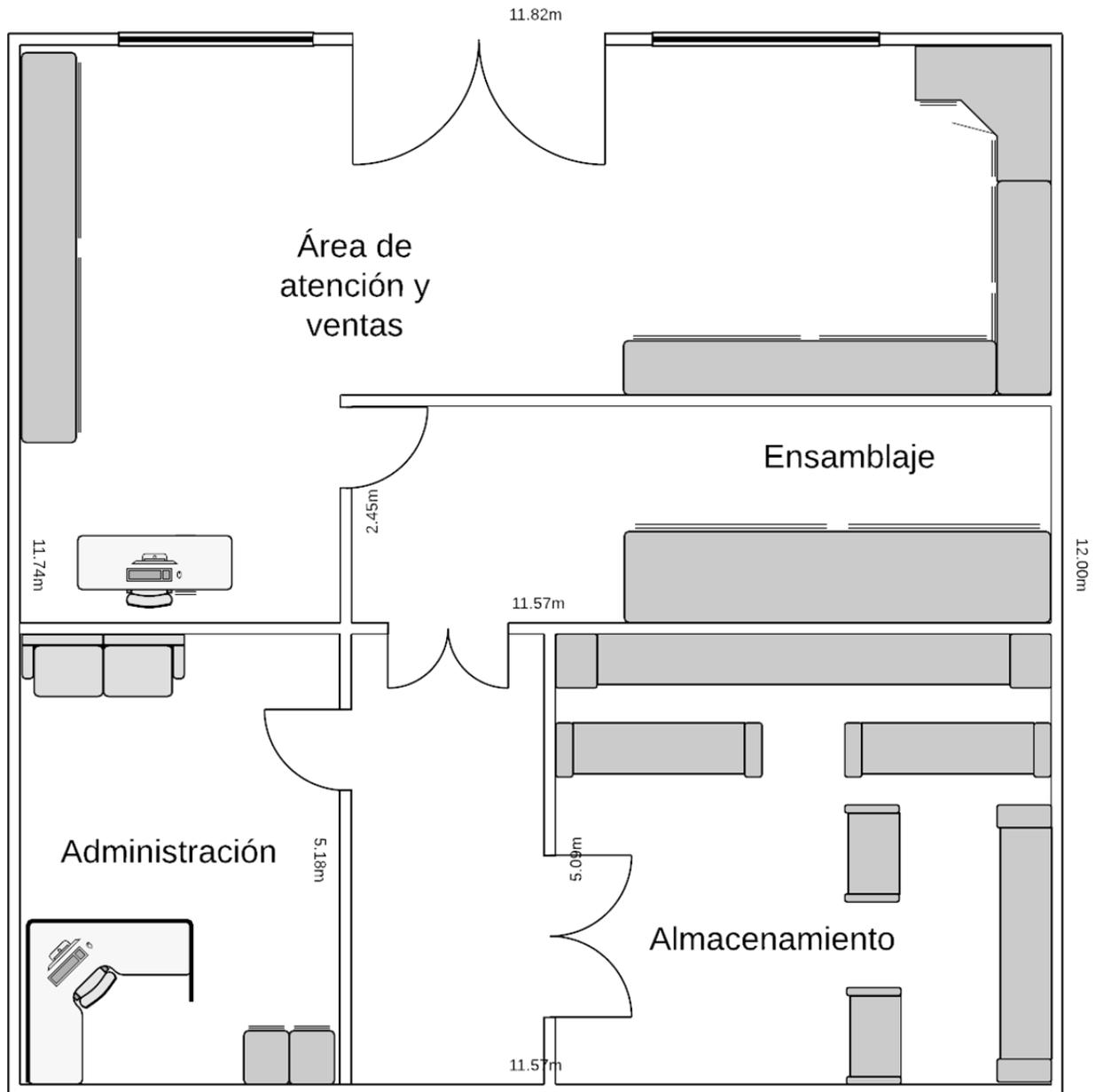
3.5.3.1. Distribución de la planta

Las instalaciones del local van a estar distribuidas de manera que exista:

- a) un área de atención y ventas en dónde se recibirá al cliente y se venderá el producto que se haya elegido,
- b) un área de donde los técnicos se dediquen al ensamblaje de las computadoras personalizadas haciendo uso de las piezas y componentes preseleccionados por el cliente,
- c) un área administrativa en la que se encontrará el Administrador realizando actividades relacionadas con la contabilidad y lo concerniente a talento humano,
- d) y por último un área de almacenamiento en la que se guardará todos las piezas y componentes que se ha adquirido.

3.5.3.2. Diseño planimétrico de la planta.

Ilustración 24 Plano de planta



Elaborado por: Los autores

3.5.3.3. Requerimientos por áreas. En el área de atención y ventas se necesita instalaciones eléctricas, varios tomacorrientes para poder conectar las computadoras portátiles que se van a mostrar, varias vitrinas y mesas para colocar los productos y computadoras portátiles, también es necesario un buen sistema de iluminación para que los clientes se sientan a gusto con el aspecto del local.

En el área de ensamblaje es necesario un buen sistema de iluminación y una mesa amplia para poder realizar el proceso de ensamblaje, además se necesita de las herramientas que hará uso el técnico.

En el área administrativa se requiere de instalaciones eléctricas, un escritorio, un mueble, dos sillas, un computador y una impresora.

Y finalmente en el área de almacenamiento es necesario instalaciones eléctricas e iluminación, estantes para colocar las cajas con la mercadería y un carrito de carga para movilizar la mercadería.

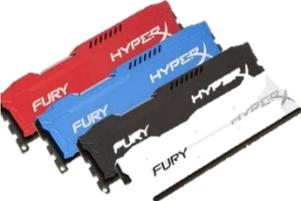
3.5.4. Identificación y descripción de los procesos

3.5.4.1. Caracterización y diseño del producto/servicio. Uno de los productos a ofertar son ordenadores de escritorio personalizados de acuerdo con las necesidades de estudio, trabajo u otras actividades de cada cliente, este tipo de producto es muy necesario en la actualidad puesto que este permite agilizar y ahorrar tiempo de trabajo porque desarrollan la actividad con mayor precisión y velocidad. Los computadores son distintos para cada situación y necesidad, por lo cual elegir los componentes adecuados es sumamente importante para permitir que este trabajo de la mejor manera, si bien en la actualidad los computadores preensamblados producidos en masa ofrecen la capacidad suficiente para que trabaje un ordenador, estos pueden llegar a ser

muy costosos, es por eso que personalizar las piezas puede ayudar a que el cliente cuente con toda la capacidad de procesamiento que necesite y le permita invertir la cantidad de dinero que más se apegue a su presupuesto.

Tabla 41 Descripción de las partes de un ordenador de escritorio

Partes que conforman un Ordenador de Escritorio

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
Componente	Descripción
Placa Base	
	La placa base es un dispositivo conformado por circuitos y componentes que permiten el acoplamiento y comunicación de todas las partes de un ordenador, es decir cada una de estas partes se conecta a la placa para que pueda trabajar en conjunto con las demás.
Procesador	
	El procesador es el elemento en el cual se realizan los cálculos o procesos de tipo lógico necesarios para la comunicación entre los componentes del ordenador y el usuario.
Memoria RAM	
	La memoria de acceso aleatorio o memoria Ram es un componente que almacena datos temporalmente, es decir gracias a esta se pueden efectuar operaciones de lectura o de escritura de diferentes programas.

Disco Duro



Es un componente utilizado para almacenar datos pero a diferencia de la memoria RAM que solo almacena datos de forma temporal, en este dispositivo se pueden almacenar datos de manera indefinida tales como, documentos de Word, imágenes, audio, etc.

SSD



La Solid State Drive o unidad de estado sólido es un tipo nuevo de almacenamiento que cumple con la misma función de un disco duro, con la diferencia de que estos ofrecen una mayor velocidad de lectura y escritura, además de que su durabilidad es mayor que un disco duro normal, sin embargo estos tienen un costo mayor.

Tarjeta Gráfica



La tarjeta gráfica es la encargada de procesar y transformar la información proveniente de la CPU y convertirla en imágenes o información que pueden ser visualizados por el usuario mediante un monitor o pantalla, estas dependiendo de sus características ofrecen una mayor calidad de imagen.

Actualmente la mayoría de las motherboards del mercado disponen de una placa integrada de video que puede ser más que suficiente para aquellos que desean armar una PC con requerimientos básicos, sin embargo, si se requiere una mayor capacidad de procesamiento gráfico como por ejemplo para trabajo especializado o videojuegos es adecuado integrar una tarjeta gráfica que cuente con más potencia.

Unidades M2



Una unidad M.2 es un dispositivo de almacenamiento que brinda iguales o mejores características que las unidades SSD, la diferencia radica en que estas ocupan menos espacio aprovechando los conectores PCI expés 3.0 con los que cuenta la placa de los ordenadores portátiles o de escritorio, el costo también es mayor debido a sus características.

Fuente de Alimentación



La fuente de alimentación provee la energía necesaria para el funcionamiento de todos los componentes del ordenador. Existen de diferentes capacidades y calidades las cuales se determinan de acuerdo con los componentes a utilizar.

Sistema de Refrigeración



Ya que la mayoría de los componentes del ordenador como el procesador o la tarjeta gráfica generan calor, es necesario contar con un componente que refrigere y proporcione un ambiente óptimo para el funcionamiento de estas partes ya que si se calientan demasiado dejan de funcionar correctamente o incluso pueden llegar a dañarse.

Gabinete



El gabinete proporciona a cada uno de los componentes del ordenador soporte y protección, es decir es donde se ensamblan los componentes de la PC para que trabajen en conjunto.

Sistema Operativo



El Sistema Operativo (SO) es el software principal de un ordenador el cual se encarga de la interacción que tiene el usuario con los demás programas de la PC además de que se encarga de administrar el funcionamiento de los datos generados en los dispositivos de hardware, en pocas palabras se encarga de administrar el hardware y organizar los archivos del sistema.

Los Sistemas Operativos más utilizados son Windows, Linux y Mac. Tanto Windows como Mac vienen con un navegador integrado, Windows el navegador EDGE y Mac Safari.

Elaborado por: Los autores

Otros productos a ofertar al empezar el emprendimiento constituyen 3 sets de dispositivos diferentes dirigidos a usos diferentes, un set de accesorios estudiantiles constituido por una

impresora, una webcam y un micrófono, dirigido principalmente a actividades estudiantiles como imprimir y realizar reuniones con compañeros de clase o en caso de continuar con clases en línea, el segundo set está dirigido al ámbito gaming, se constituye de teclado, mouse y audífonos gaming estos periféricos son más especializados para poder disfrutar los juegos del ordenador de una manera más óptima, y por último tenemos un set de accesorios de periféricos de entrada y salida constituido por teclado, mouse, webcam, mousepad y audífonos, los cuales son de gran calidad pero menos especializados que los que constituyen el set gaming, planeando a futuro implementar nuevos sets y nuevos productos que se irán ofreciendo a medida que vaya avanzando el proyecto.

3.5.4.2. Descripción del proceso productivo o prestación del servicio. La venta del producto iniciará con el pedido del cliente ya sea en la tienda física o en la tienda online, mediante el cual se determina si el consumidor ha solicitado un dispositivo informático, repuesto, servicio técnico o un ensamble de ordenador personalizado, en caso de una venta de dispositivos o repuestos, primero se verifica la existencia del mismo, de no existir lo solicitado se procede a ofrecer alternativas al cliente de piezas o repuestos que se acoplen a sus necesidades para proceder con las pruebas de funcionamiento y posterior venta.

Por otro lado, en caso de solicitar un ensamble personalizado, de igual manera se realiza una selección de piezas y componentes conjuntamente con el cliente y se procede a verificar la existencia de estos, de no existir se ofrece la posibilidad de adquirirlo en el menor tiempo posible o se ofrecen piezas alternas de igual capacidad y acorde a las necesidades del cliente, luego de realizar este proceso y con los componentes ya listos, se procede a el ensamble de todas las piezas por parte del técnico, una vez concluido este proceso se realiza la instalación del software necesario solicitado y se procede a realizar una prueba de rendimiento y funcionamiento de cada

componente, posteriormente se pasa al área de ventas para realizar la entrega del equipo terminado al cliente.

3.5.5. Estructura organizativa y administrativa

3.5.5.1. Misión. “BIGDATA” Es una empresa comercializadora de equipos informáticos que busca satisfacer la creciente demanda de tecnología, en la ciudad de Tulcán y sectores aledaños, brindando productos con precios asequibles y un servicio de calidad para aumentar la competitividad y productividad de nuestros clientes.

3.5.5.2. Visión. Para el año 2026 seremos reconocidos como una empresa líder a nivel local y nacional, servicial y profesional, con calidad humana y principios éticos, capaz de desarrollar en cada uno de nuestros colaboradores, su capacidad creativa a favor del cliente, ofreciendo un servicio y productos de excelencia.

3.5.5.3. Políticas.

Políticas Administrativas.

- La Gerencia deberá diseñar y proponer la estructura organizacional de la compañía la cual deberá estar enfocada a satisfacer las necesidades del cliente y al desarrollo de la línea de productos, de acuerdo con el avance tecnológico constante.
- La Junta General se encargará de aprobar toda modificación en la estructura organizacional, en base a estudios y análisis de procesos organizacionales.
- La Gerencia deberá elaborar un manual de funciones en el que se detallen las actividades de cada empleado para promover el desarrollo eficaz de sus funciones.

- La Gerencia presentará el Plan Operativo Anual en función del Plan Estratégico, junto al presupuesto del año siguiente. Posteriormente presentará informes del avance realizado durante su gestión a la Junta General de sus respectivas actividades y resultados.
- La Gerencia es responsable de que se documenten las principales actividades y procesos de la empresa, ya que tiene la autoridad para organizar, controlar, ejecutar y asegurar el cumplimiento de las aplicaciones.

Políticas Operativas.

- El técnico deberá verificar la integridad y el funcionamiento de cada equipo al momento de receptorlo en bodega.
- El personal de ventas es el encargado de receptor con exactitud el pedido del cliente y remitirlo al técnico para que este realice la comprobación de la existencia de los equipos solicitados en el inventario en el menor tiempo posible.
- El técnico es el encargado del proceso de ensamblaje personalizado de los componentes del computador y de su respectiva prueba de funcionamiento.
- El personal de ventas es el responsable de brindar soluciones a cualquier necesidad del cliente, reduciendo los procesos, para esto serán expertos en la atención al cliente, capacitados para realizar la venta productos, servicios, recepción y solución de quejas y reclamos.

Políticas de venta.

- Los precios de ofertas o descuentos serán válidos únicamente durante la duración de la promoción, la cual estará detallada en el anuncio publicado.
- En caso de existir algún reclamo por tema de devolución de un producto, el cliente primero deberá presentar su caso al personal de ventas, quien una vez estudiado cada caso le informará si su solicitud es válida o no.
- En caso de que un cliente deseara asegurar su producto durante el envío, deberá contactarse con el personal de ventas el cual le indicara que debe realizar un pago adicional para obtener un seguro de mercancía, el cual será calculado de acuerdo con el servicio de mensajería contratado.
- El personal de ventas se encargará de informar a cada cliente que BIG DATA ofrece un servicio adicional de entregas a domicilio sin recargo dentro de un área limitada, el mismo que contará con el respaldo de la empresa en caso de contratiempos que surjan durante el transporte, para envíos fuera del área de cobertura se lo realizará mediante empresas de mensajería las cuales pueden ser elegidas por cada cliente, en cuyo caso este servicio es el que se responsabilizará por daños durante el envío.

Políticas contables y financieras.

- Los precios de cada producto serán definidos por el contador, el cual deberá evaluar las condiciones del mercado y mediante estas definir el precio, mismo que se será válido mientras no surja ninguna afectación local o global que afecte el costo de envíos u otros costos relacionados a los productos que forman parte del giro del negocio de la empresa, de

existir dicho caso se deberá evaluar nuevamente las condiciones para establecer un nuevo precio que no afecte a la empresa ni al consumidor final.

- El contador se encargará de la preparación del presupuesto para cada año, el encargado de cada área presentará sus presupuestos individuales para elaborar un presupuesto global, el cual se presentará para ser evaluado y aprobado por la Junta General.
- El contador deberá encargarse de la elaboración de los estados financieros los cuales deben ser elaborados según la normativa legal aplicable en el territorio.
- El Gerente deberá revisar y actualizar el Plan de Negocios periódicamente para que se adecue a las condiciones cambiantes del mercado y sea posible implementar alternativas comerciales que permitan generar los ingresos presupuestados.

3.5.5.4. Valores.

Calidad. Procuramos hacer las cosas bien, evitamos redundar en procesos y procedimientos, cuidamos los más pequeños detalles, queremos lograr un producto Excelente.

Honestidad. Ser transparentes con nuestros clientes y colaboradores, otorgar lo que se ofrece; no prometer si no se puede cumplir lo acordado; un valor que compromete a ser conscientes que lo ofrecido es compromiso y debe cumplirse sin buscar soluciones a medias, ni pretextos para ocultar los errores.

Pasión. Crear nuestros productos con la búsqueda de la satisfacción propia y de nuestros clientes. Hacer las cosas con la idea y el sentimiento de lograr el bien cumplido.

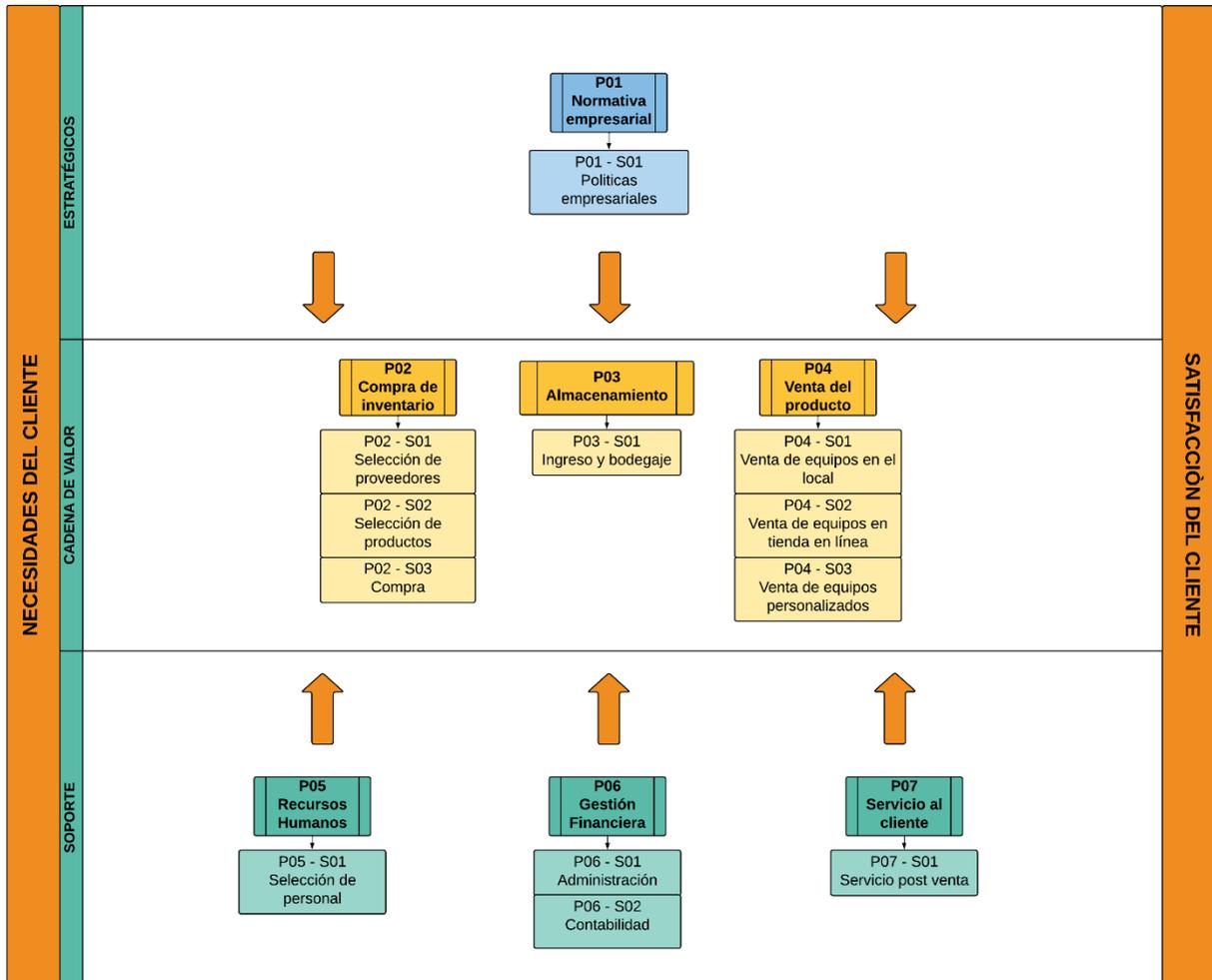
Empatía. Pensar y adecuar nuestros actos buscando la satisfacción del cliente como propia. Ponernos en los zapatos de nuestros clientes y a hacer las cosas como deseamos sean hechas para nosotros.

3.5.5.5. Marca e imagen corporativa



3.5.5.6. Mapa de procesos

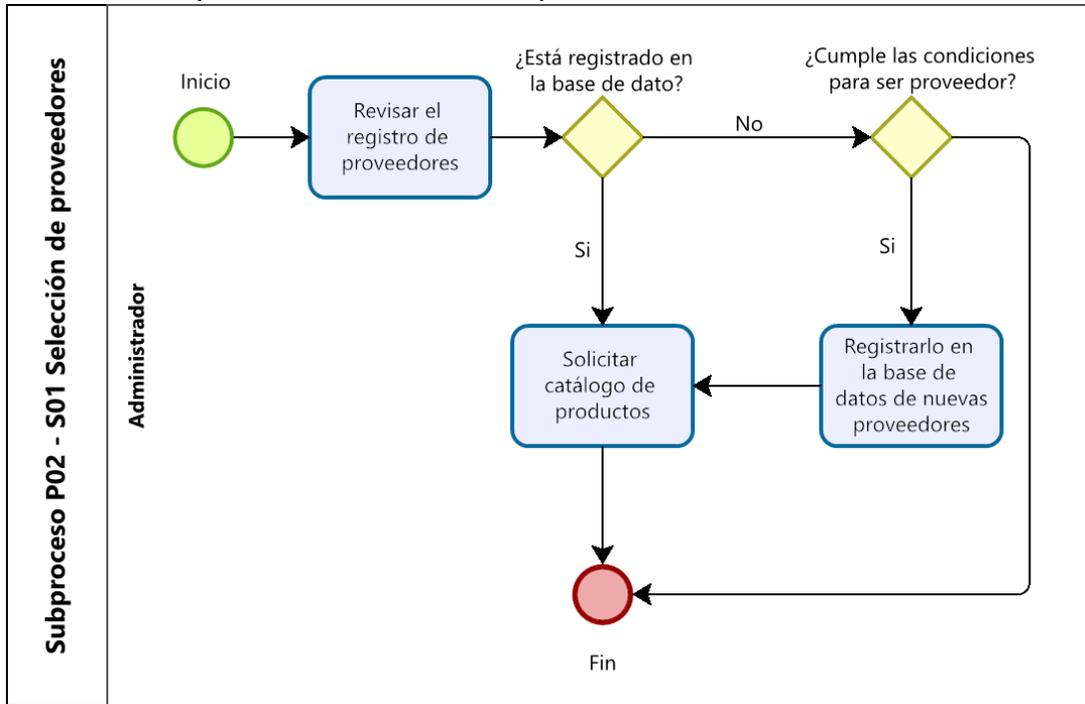
Ilustración 25 Mapa de procesos



Elaborado por: Los autores

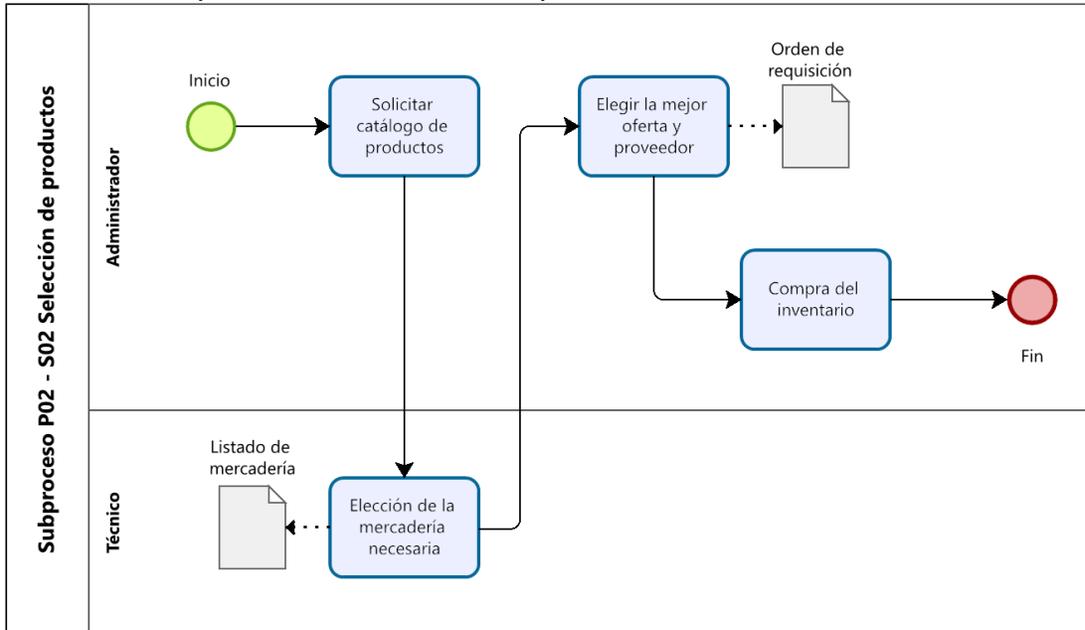
3.5.5.7. Flujograma de actividades

Ilustración 26 Subproceso P02 - S01 Selección de proveedores



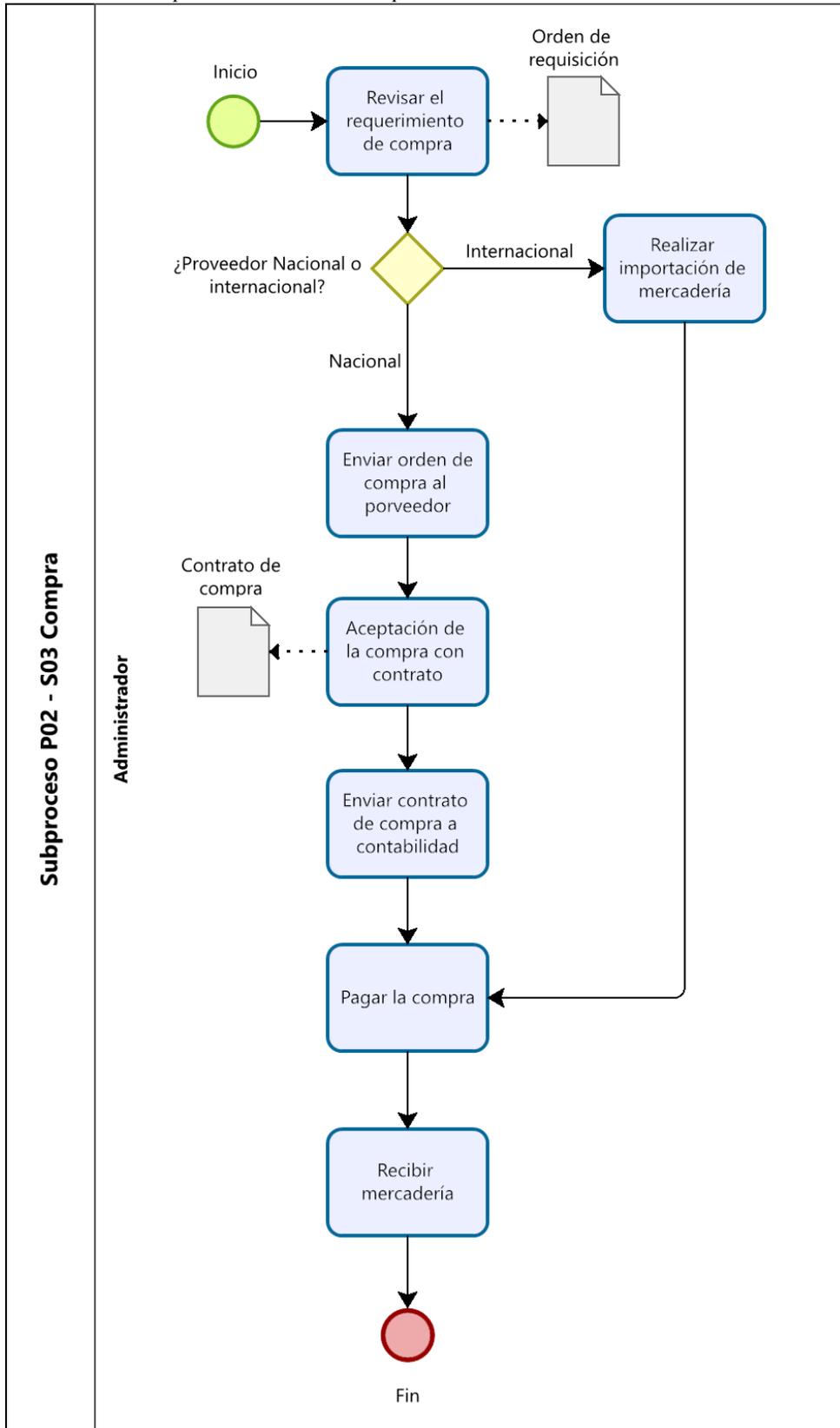
Elaborado por: Los autores

Ilustración 27 Subproceso P02 - S02 Selección de productos



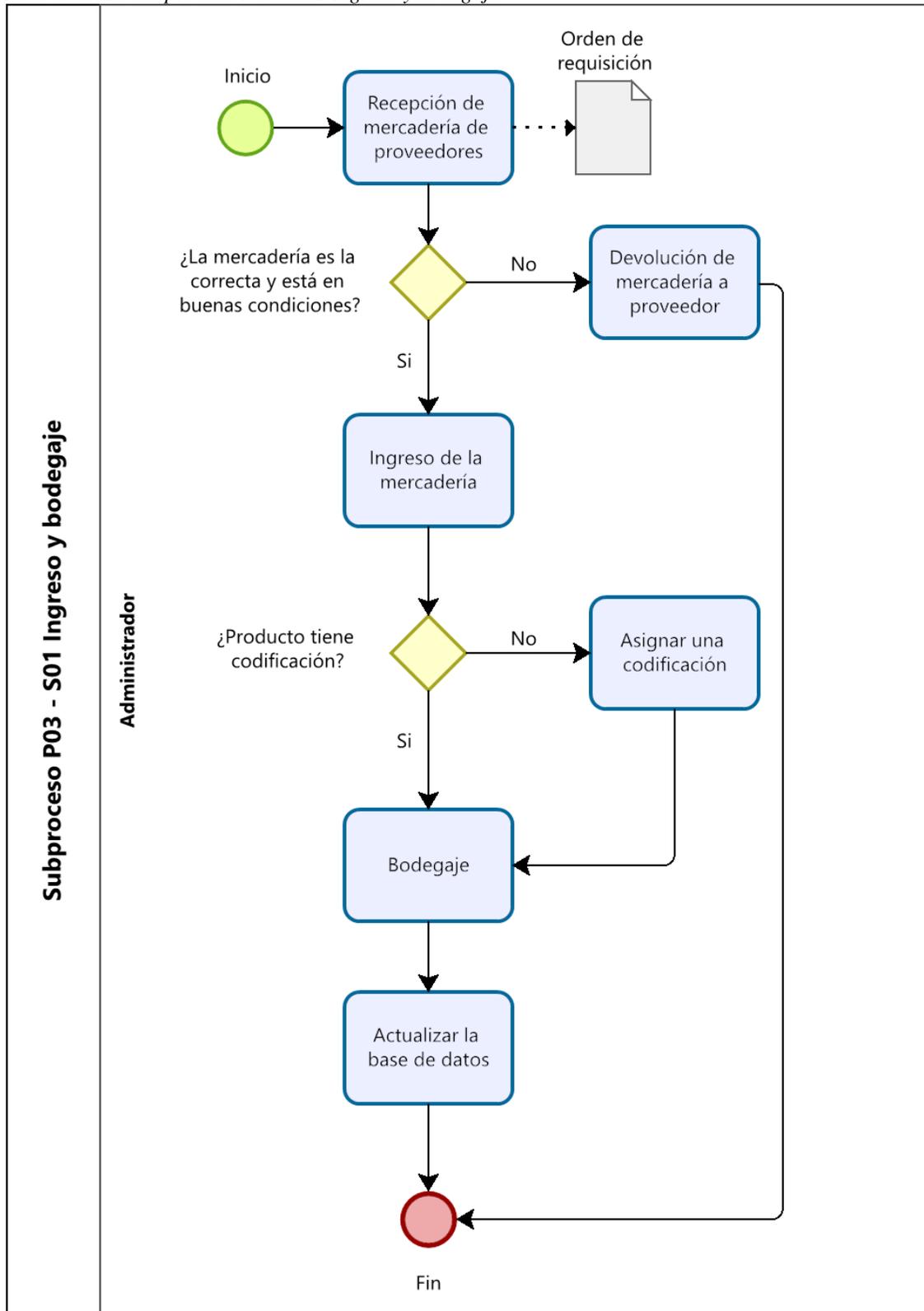
Elaborado por: Los autores

Ilustración 28 Subproceso P02 - S03 Compra



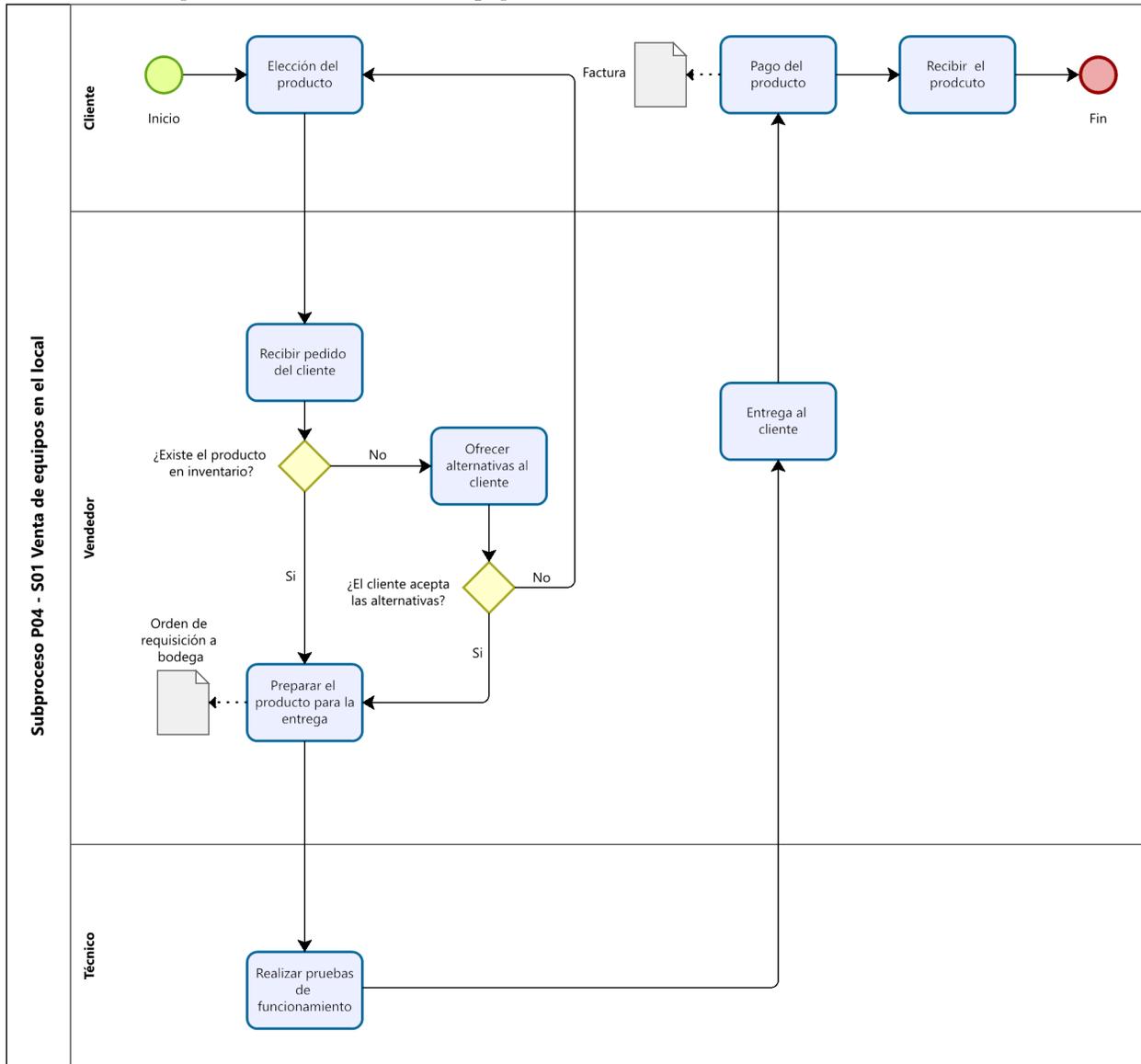
Elaborado por: Los autores

Ilustración 29 Subproceso P03 - S01 Ingreso y bodegaje



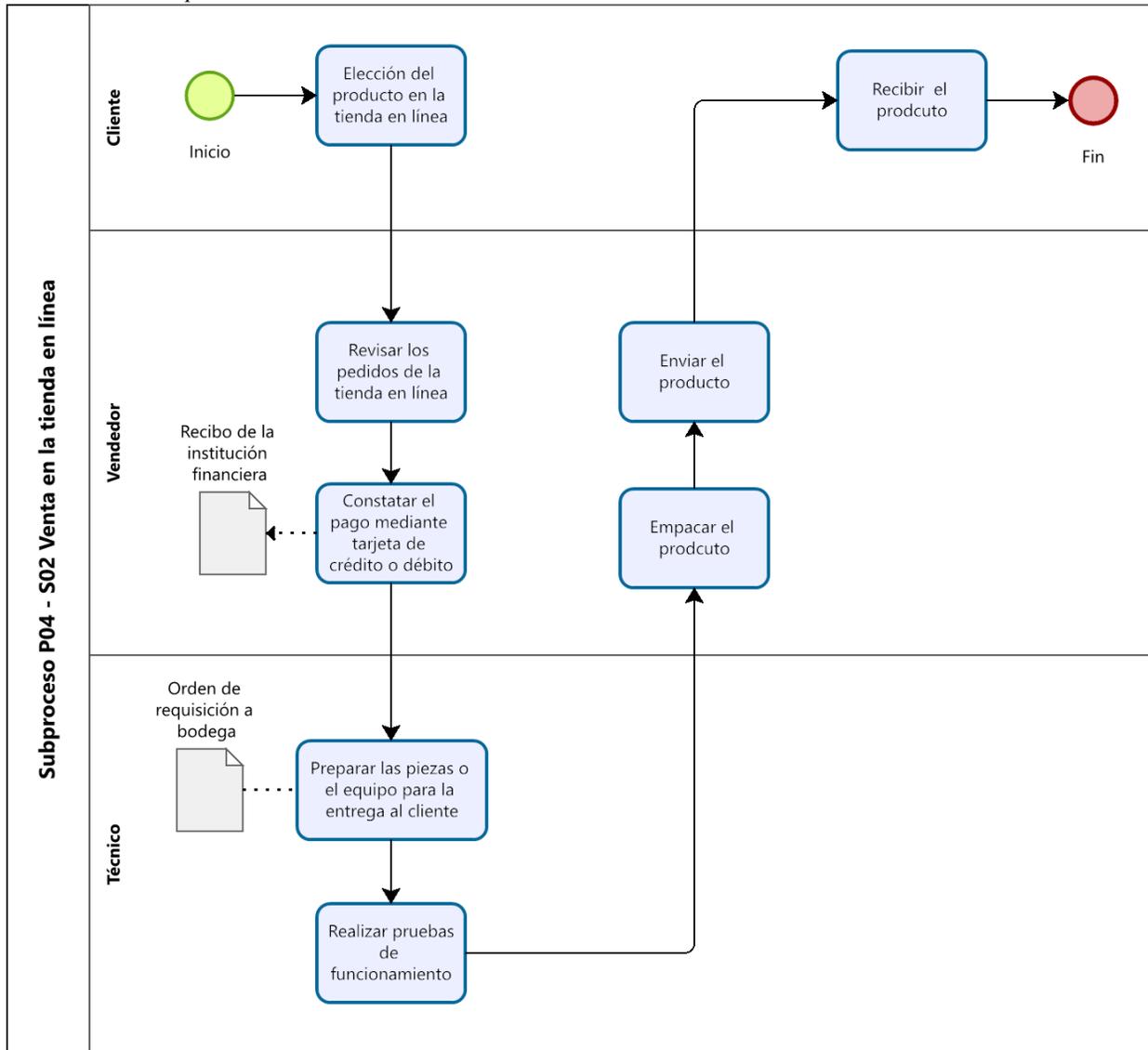
Elaborado por: Los autores

Ilustración 30 Subproceso P04 - S01 Venta de equipos en el local



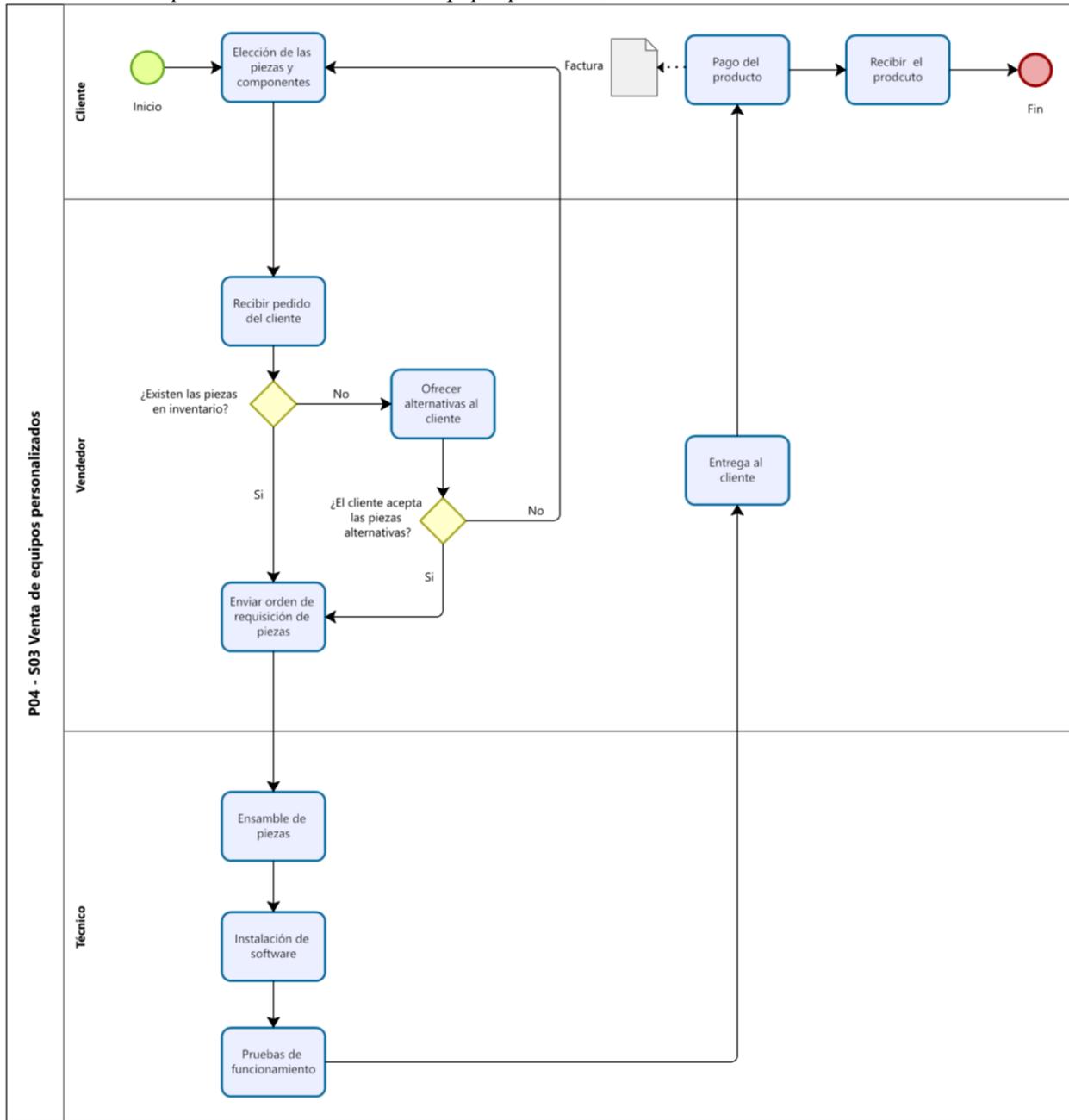
Elaborado por: Los autores

Ilustración 31 Subproceso P04 - S02 Venta en la tienda en línea



Elaborado por: Los autores

Ilustración 32 Subproceso P04 - S03 Venta de equipos personalizados



Elaborado por: Los autores

3.5.5.8. Descripción del diagrama de flujo

Tabla 42 Matriz aclaratoria del subproceso P02 - S01 Selección de proveedores

Proceso:	Compra de inventario	Código:	P02
Subproceso:	Selección de proveedores	Código:	P02 -S01
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	
Revisar el registro de proveedores	Examinar si el proveedor que se necesita está registrado en la base de datos.	Administrador	
Registrar en la base de datos de nuevos proveedores	Cerciorarse de que el proveedor satisface las condiciones para ser proveedor, si cumple con las condiciones inmediatamente anotarlo en la base de datos.	Administrador	
Solicitar catálogo de productos	Pedir al proveedor el catálogo de productos para seleccionar los productos que sean necesarios	Administrador	

Elaborado por: Los autores

Tabla 43 Matriz aclaratoria del subproceso P02 - S02 Compra

Proceso:	Compra de inventario	Código:	P02
Subproceso:	Selección de productos	Código:	P02 -S02
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	
Solicitar catálogo de productos	Cerciorarse de que el proveedor tenga un catálogo de productos actualizado para visualizar y seleccionar los productos.	Administrador	
Elección de la mercadería necesaria	Elaborar una lista con los productos elegidos.	Técnico	
Elegir la mejor oferta y proveedor	Cotizar los precios correctamente y seleccionar el proveedor con la mejor oferta.	Administrador	
Compra del inventario	Realizar la compra adecuadamente	Administrador	

Elaborado por: Los autores

Tabla 44 Matriz aclaratoria del subproceso P02 - S03 Compra

Proceso:	Compra de inventario	Código:	P02
Subproceso:	Compra	Código:	P02 -S03
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	
Revisar el requerimiento de compra	Conocer de donde es el proveedor para realizar el proceso adecuado de compra.	Administrador	
Enviar orden de compra al proveedor	Enviar la orden compra con normalidad si el proveedor es nacional.	Administrador	
Realizar importación de mercadería	Realizar importación de mercadería adecuadamente si el proveedor no es nacional.	Administrador	
Aceptación de la compra con contrato	Firmar el contrato de compra, en caso de no ser proveedor nacional utilizar el recurso de firma electrónica	Administrador	
Enviar contrato de compra a contabilidad	Entregar el contrato al contador para que realice de forma adecuada los registros.	Administrador	
Pagar la compra	Cancelar el valor de los productos adquiridos.	Administrador	
Recibir mercadería	Recibir los productos solicitados y firmar la carta de recibido.	Administrador	

Elaborado por: Los autores

Tabla 45 Matriz aclaratoria del subproceso P03 - S01 Ingreso y bodegaje

Proceso:	Almacenamiento	Código:	P03
Subproceso:	Ingreso y bodegaje	Código:	P03 -S01
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	
Recepción de mercadería de proveedores	Firmar la carta de recibido y revisar el estado de la mercadería.	Administrador	
Devolución de mercadería a proveedor	Solicitar una devolución en caso de que la mercadería presente algún desperfecto.	Administrador	
Ingreso de la mercadería	Incorporar la mercadería nueva al stock.	Administrador	
Asignar una codificación	Asignar una codificación al producto en caso de que este no tenga una antes de ingresar a bodega.	Administrador	
Bodegaje	Meter los productos que fueron revisados y correctamente codificados a bodega.	Administrador	
Actualizar base de datos	Efectuar la carga definitiva y confeccionar el “detalle de la mercadería ingresada”	Administrador	

Elaborado por: Los autores

Tabla 46 Matriz aclaratoria del subproceso P04 – S01 Venta de equipos en el local

Proceso:	Venta del producto	Código:	P04
Subproceso:	Venta de equipos en el local	Código:	P04 – S01
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	
Recibir pedido del cliente	Dar la bienvenida al cliente y averiguar qué tipo de productos necesita.	Vendedor	
Ofrecer alternativas al cliente	En caso de que no se disponga del producto que solicita el cliente, es responsabilidad del técnico sugerir posibles alternativas.	Técnico	
Preparar el producto para la entrega	Una vez seleccionados los productos el vendedor debe revisar y preparar los equipos para el cliente.	Vendedor	
Pruebas de funcionamiento	En caso de que el cliente solicite revisión del funcionamiento, el técnico tiene la obligación de indicar la correcta funcionalidad del o los equipos que el cliente va a adquirir.	Técnico	
Entrega al cliente	Después de que el cliente este satisfecho con la demostración de la funcionalidad se procede al cobro y entrega del producto con la correspondiente factura.	Vendedor	

Elaborado por: Los autores

Tabla 47 Matriz aclaratoria del subproceso P04 – S02 Venta de equipos en la tienda en línea

Proceso:	Venta del producto	Código:	P04
Subproceso:	Venta de equipos en la tienda online	Código:	P04 – S02
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	
Revisar los pedidos en la tienda en línea	Ponerse en contacto con el cliente y confirmar el pedido e indicar el proceso de compra online.	Vendedor	
Constatar el pago mediante tarjeta de crédito o débito	Revisar que el pago conste en el sistema	Vendedor	
Preparar las piezas o el equipo para la entrega al cliente	Traer las piezas o equipo que se necesitan de bodega y prepararlas para su venta o ensamblaje.	Técnico	
Pruebas de funcionamiento	El técnico tiene la obligación de verificar la correcta funcionalidad del o los equipos que el cliente va a adquirir.	Técnico	
Empacar el producto	El vendedor debe poner en un paquete sellado el o los productos que ha solicitado el cliente, cerciorándose de que tenga la protección necesaria si el producto lo requiere	Vendedor	
Enviar el producto	El vendedor debe enviar mediante la empresa de envíos que haya elegido el cliente en la tienda en línea.	Vendedor	
Entrega al cliente	Entrega del producto con la correspondiente factura electrónica.	Vendedor	

Elaborado por: Los autores

Tabla 48 Matriz aclaratoria del subproceso P04 – S03 Venta de equipos personalizados

Proceso:	Venta del producto	Código:	P04
Subproceso:	Venta de equipos personalizados	Código:	P04 – S03
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	
Recibir el pedido del cliente	Seleccionar las piezas y componentes que el cliente solicitó para su equipo personalizado.	Vendedor	
Revisión del stock de piezas	Revisar si las piezas se encuentran en inventario.	Vendedor	
Ofrecer alternativas al cliente	En caso de que las piezas que solicita el cliente no se encuentren disponibles sugerir alternativas al cliente.	Vendedor	
Enviar orden de requisición de	Enviar la orden de requisición al área correspondiente para que haga entrega de las piezas y componentes para que se proceda con el ensamblaje.	Vendedor	
Ensamble de piezas	Utilizando las herramientas adecuadas empezar con el armado del equipo personalizado.	Técnico	
Instalación de Software	Instalar el sistema operativo, sus correspondientes drivers y programas que haya solicitado el cliente.	Técnico	

Pruebas de funcionamiento	Encender el equipo y realizar pruebas que verifiquen un correcto funcionamiento.	Técnico
Entrega al cliente	Después de que el cliente este satisfecho con la demostración de la funcionalidad se procede al cobró y entrega del producto con la correspondiente factura.	Vendedor

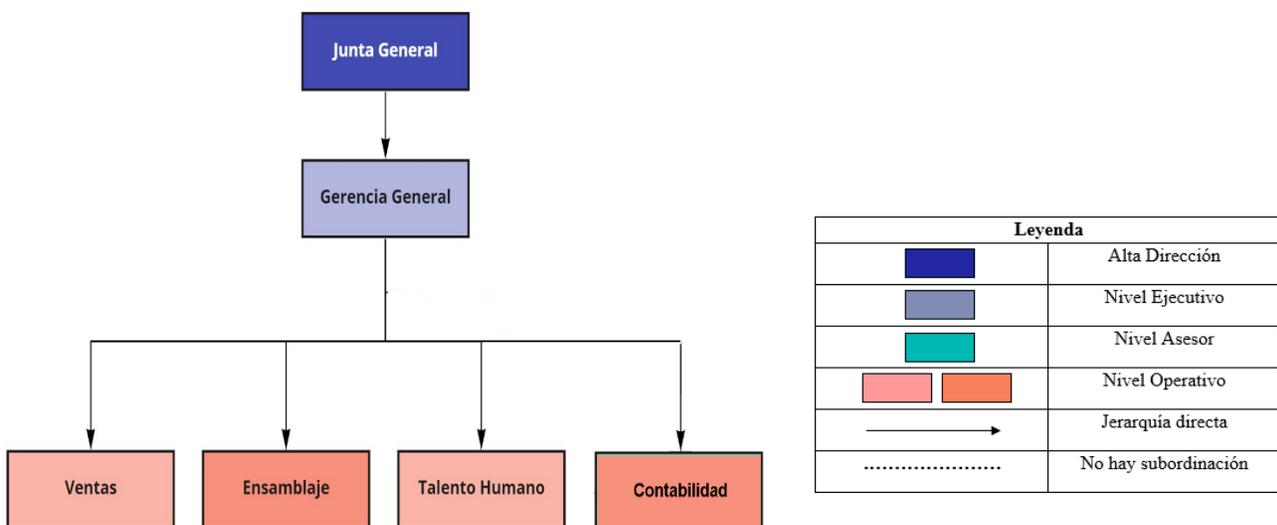
Elaborado por: Los autores

3.5.5.9. Organigrama

La empresa BIG DATA estará direccionada mediante un organigrama estructural porque de esta manera se determinan los diferentes puestos existentes y así se tiene claro el grado de autoridad y responsabilidad de cada uno de los integrantes de la empresa, respetando la jerarquía y estimulando una organización con responsabilidades definidas.

Organigrama Estructural de “BIG DATA” S.A.

Ilustración 33 Organigrama Estructural



Elaborado por: Los autores

Niveles Administrativos.

Alta Dirección. En este nivel se reúnen accionistas, socios y administradores y deciden sobre las materias que la ley y los estatutos legales lo determinen.

Nivel Ejecutivo. En el nivel ejecutivo se ubica el gerente general cuya responsabilidad es llevar a cabo el proceso administrativo, mismo que tiene que ver con la planeación, organización, dirección y control; factores que deben de ser desarrollados con responsabilidad para que la empresa cumpla con sus actividades de una manera eficiente y eficaz.

Nivel Asesor. Dentro del nivel asesor se ubica el contador cuya responsabilidad primordial es presentar declaraciones de impuestos a entes de regulación, realizar y firmar roles de pago, diseñar los estados financieros, es decir apoyar en el asesoramiento contable de la empresa.

Nivel Operativo. El nivel operativo está conformado por profesionales que ocupan el puesto de director de recursos humanos y el de vendedor, el vendedor con el objetivo de cumplir con el despacho del producto de acuerdo con las necesidades diarias de los clientes.

3.5.5.10. Manual de funciones. Dentro de este apartado se identifica las tareas y responsabilidades específicas de cada uno de los puestos de la estructura organizacional delimitando y determinando sus funciones para la correcta integración y comunicación entre el equipo de trabajo que se encuentra en la empresa. A continuación, se describen los puestos de trabajo.

Tabla 49 Manual de funciones



BIG DATA
Manual de Funciones

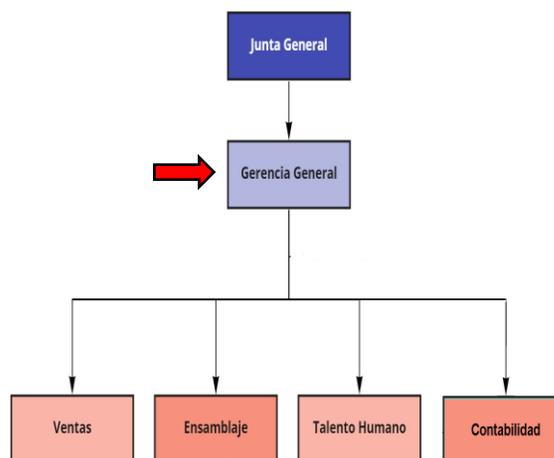
Codificación: 001

Versión: 1.1

Vigencia: Diciembre del 2022

Cargo: Administrador

Dependencia o área: Gerencia General



Jefe inmediato Superior Junta General

Superior

Perfil:

- Tener título de Ingeniero comercial en Administración de empresas o similar.
- Tener 2 años de experiencia en el cargo.

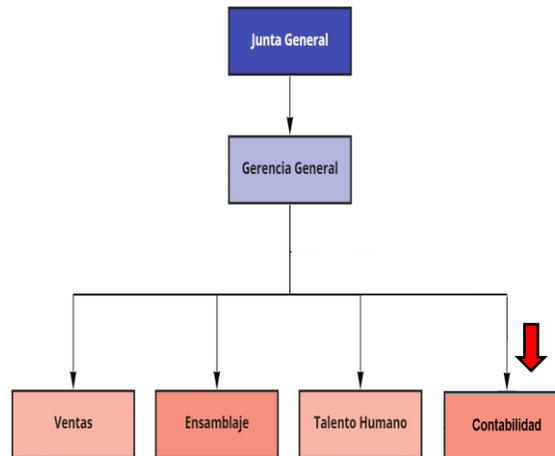
Objetivo:

- Aplicar y desarrollar todos los conocimientos acerca de la planeación, organización, dirección y control empresarial, donde sus objetivos están en la misma dirección de las metas y propósitos de la empresa o institución.

Funciones:

- Selección de personal
- Planificación y organización de recursos
- Análisis financiero
- Representante legal de la empresa
- Controlar y evaluar al personal constantemente
- Firma de contratos con proveedores

Cargo: Contador

Dependencia o área: Contabilidad

Jefe inmediato Superior: Administrador

Perfil:

- Tener Título de Ingeniería o Licenciatura en contabilidad y auditoría.
- Tener 1 año de experiencia en el cargo

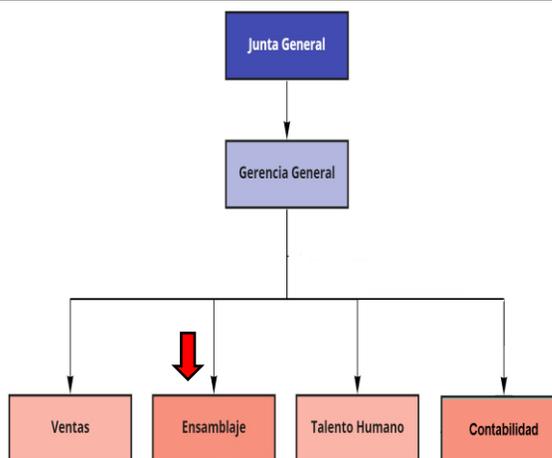
Objetivo:

- Ayudar a la empresa en el manejo financiero, cumpliendo con la exigencia en los registros contables basado en principios y reglamentos establecidos.
-

Funciones

- Realiza los pagos del personal administrativo y productivo
- Registra las transacciones diarias de la empresa.
- Elabora los estados financieros.
- Realiza informes para gerencia y para terceros.
- Realiza los pagos al SRI

Cargo: Técnico informático

Dependencia o área: Ensamblaje

Jefe inmediato Superior Administrador

Superior

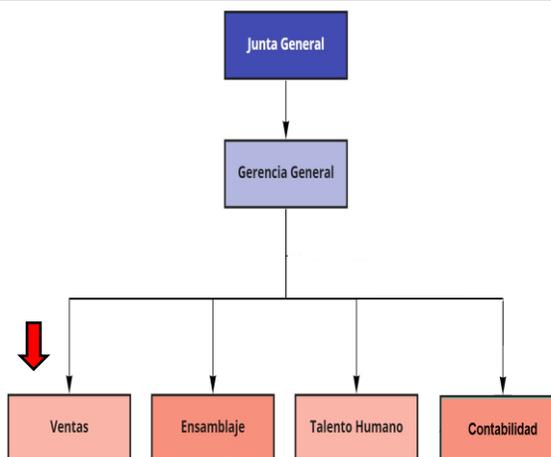
-
- Perfil:**
- Tener título de Tecnólogo en sistemas o similares
 - Tener 1 año de experiencia en el cargo

-
- Objetivo:**
- Atender, prevenir y solucionar los problemas técnicos de la forma más oportuna y eficiente posible, de los equipos informáticos.
-

Funciones

- Recepción de las piezas y componentes
- Realiza el inventario de las piezas y componentes.
- Revisión de las piezas.
- Realiza el proceso de ensamble.
- Realiza el proceso de instalación de aplicaciones básicas.
- Realizar el control de calidad

Cargo: Vendedor

Dependencia o área: Ventas

Jefe inmediato Superior Administrador

-
- Perfil:**
- Tener título de Tecnólogo en sistemas o similares
 - Tener 1 año de experiencia en el cargo de ventas.
-

Objetivo:

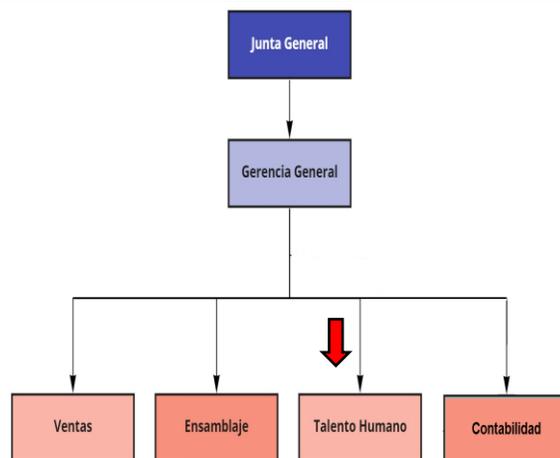
- Organizar la venta directa y la relación con los canales de distribución para mantener o mejorar la participación en su zona de ventas, generando una utilidad o beneficio para la empresa.

Funciones

- Buscar nuevos mercados para el producto.
- Buscar los mejores canales de distribución.
- Promocionar el producto.
- Realizar informes de ventas.
- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
- Realizar actividades de Marketing.

Cargo: Director de Recursos Humanos

Dependencia o área: Talento Humano



Jefe inmediato Superior Administrador

Perfil:

- Grado en Recursos Humanos
- Tener título de Administración de Empresas o un campo relacionado
- Experiencia demostrable como director de Recursos Humanos

Objetivo:	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de desarrollar las estrategias de RR. HH. y ofrecer buenos consejos a la dirección sénior sobre todos los temas relacionados.
<hr/>	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar planes corporativos para una variedad de asuntos de RR. HH., como compensaciones, beneficios, salud y seguridad, etc. • Actuar para apoyar el factor humano en la empresa elaborando estrategias para la evaluación del rendimiento, el personal, la formación y el desarrollo- • Supervisar todas las iniciativas, sistemas y tácticas de RR. HH. • Supervisar el trabajo del personal de RR. HH. y ofrecer orientación • Controlar el cumplimiento de las políticas internas y los estándares legales • Ocuparse de las reivindicaciones y las infracciones recurriendo a medidas disciplinarias cuando sea necesario

Elaborado por: Los autores

3.5.6. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

3.5.6.1. Tipo de empresa a constituir.

Compañía Anónima. La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. El monto mínimo para constituir es de 800 dólares y se administra por mandatarios amovibles socios o no.

“BIG DATA” se constituirá como una Compañía o Sociedad Anónima porque a futuro planea ser una compañía de tamaño voluminoso y con objetivos de crecimiento y gracias a las características que brinda este tipo de compañía gozará de una imagen más profesional y más

competitiva, lo cual desde un principio será atractivo para los futuros accionistas de la empresa, además el negocio necesita de una gran inyección de capital, el cual será aportado por los accionistas y es de suma importancia atraer aquellos que aporten un gran capital y tengan intenciones claras de expansión.

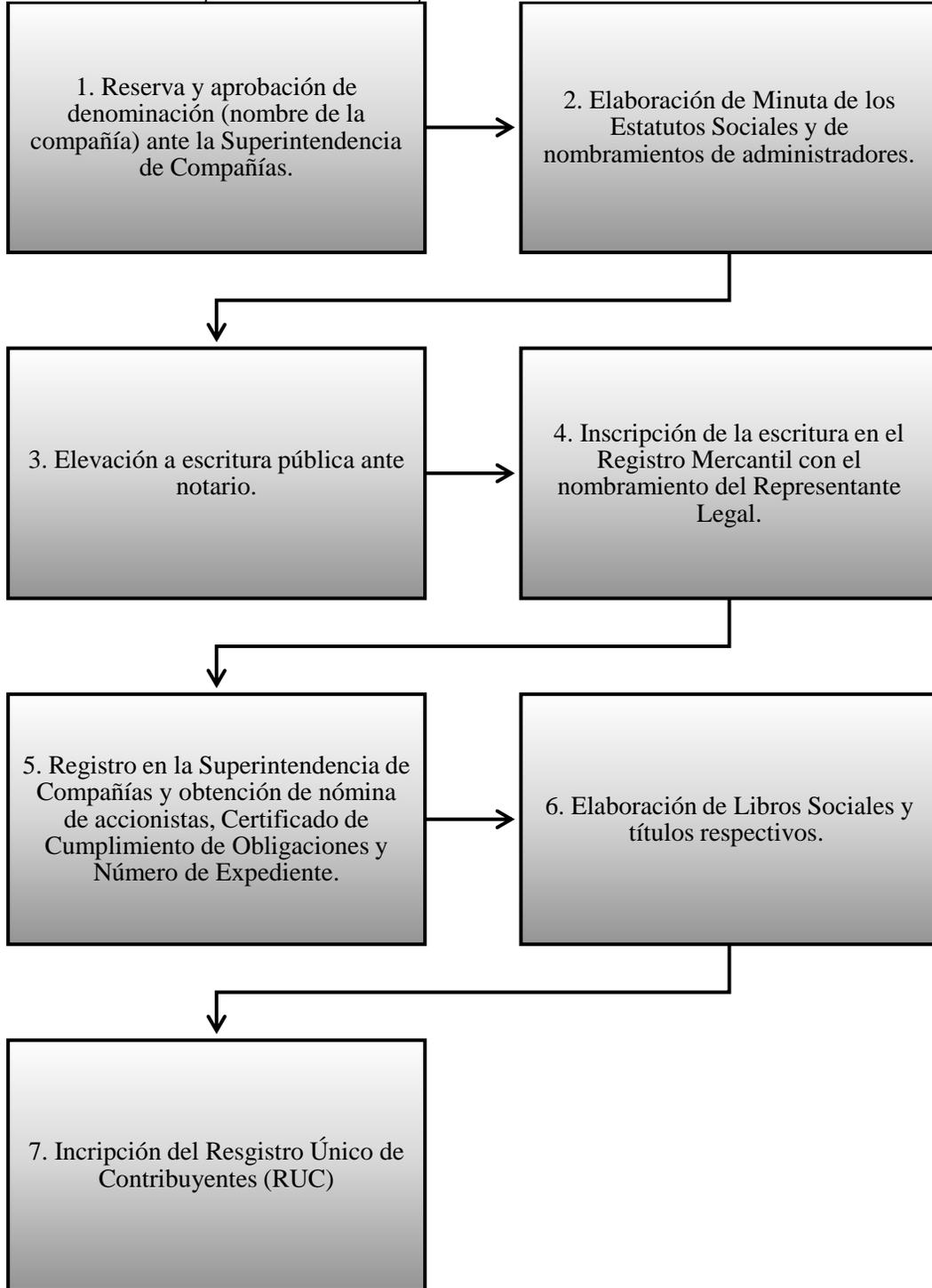
3.5.6.2. Constitución de una Compañía Anónima.

Requisitos

- Copias a color de cédula (o pasaporte) y certificado de votación.
- Designación de administradores y representante legal.
- Distribución del paquete accionario.
- Planilla de servicios básicos.
- Determinación de las actividades de la compañía.
- Tres posibles nombres para la compañía, para trámite de reserva

Pasos para constituir una compañía Anónima

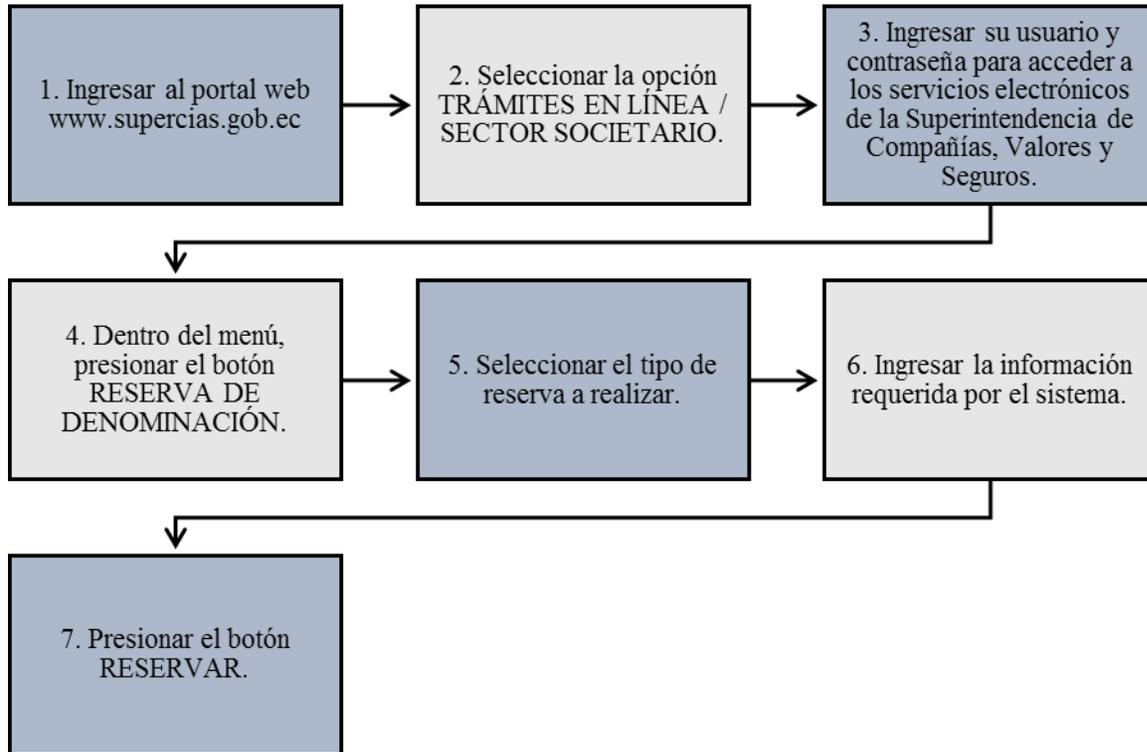
Ilustración 34 Proceso para Constituir una Compañía Anónima



Fuente: Gob.ec Portal único de trámites ciudadanos
Elaborado por: Los autores

1. Reserva y aprobación de denominación ante la Superintendencia de Compañías

Ilustración 35 Proceso de Reserva de denominación



Fuente: Gob.ec Portal único de trámites ciudadanos
Elaborado por: Los autores

2. Elaboración de Minuta de los Estatutos Sociales y de nombramientos de

administradores. La minuta es un documento que contiene el acto de constitución de una empresa que debe presentarse ante un notario público para que lo eleve a escritura pública. Éste deberá estar firmado por el abogado que lo redactó.

3. *Elevación a escritura pública ante notario*. Otorgamiento ante Notario público y autorización por parte del mismo Notario.

4. *Inscripción en el Registro Mercantil*. La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón Tulcán.

La escritura de constitución será otorgada por todos los accionistas, por sí o por medio de apoderado. Los comparecientes deberán declarar lo siguiente:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato.
2. El nombre, correo electrónico, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y plazo, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el estatuto, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y pagará en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado y la declaración juramentada, que deberán hacer los accionistas fundadores, sobre la correcta integración y pago del capital social, conforme lo indica el segundo inciso del artículo 147 de la Ley de Compañías;
7. El domicilio de la compañía, que será cantonal;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente;
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores; y,

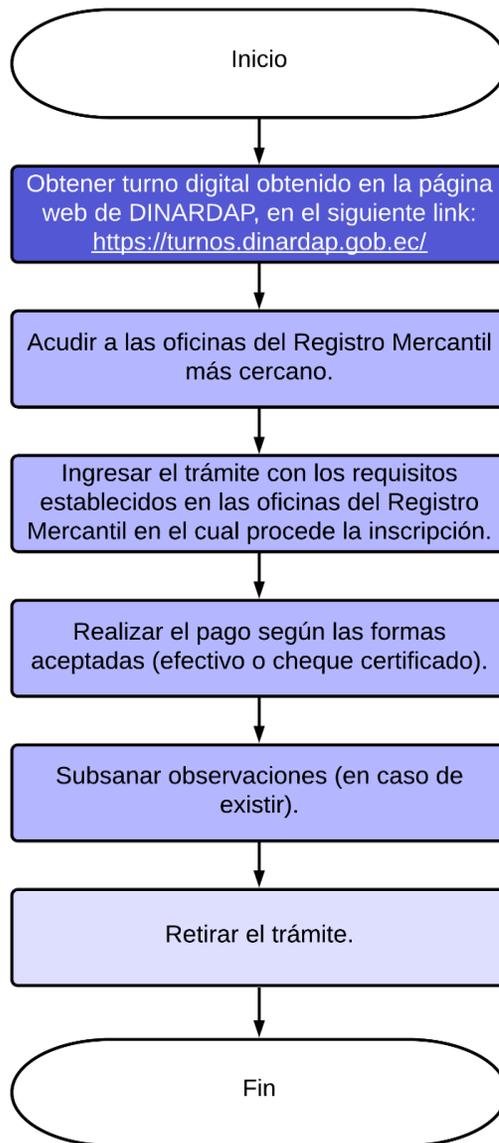
14. La declaración, bajo juramento de los comparecientes, de la veracidad y autenticidad de la información proporcionada y de la documentación de soporte presentada durante el proceso de constitución de la compañía anónima. También deberá incluirse una declaración jurada que acredite que los fondos, valores y aportes utilizados para la constitución de la compañía anónima provienen de actividades lícitas.

Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá, además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor
- e) nominal de cada acción, su categoría y series;
- f) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- g) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades
- h) a pagarse en concepto de la suscripción;
- i) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- j) El domicilio de la compañía.

Proceso de inscripción de constitución de Compañías o Sociedades

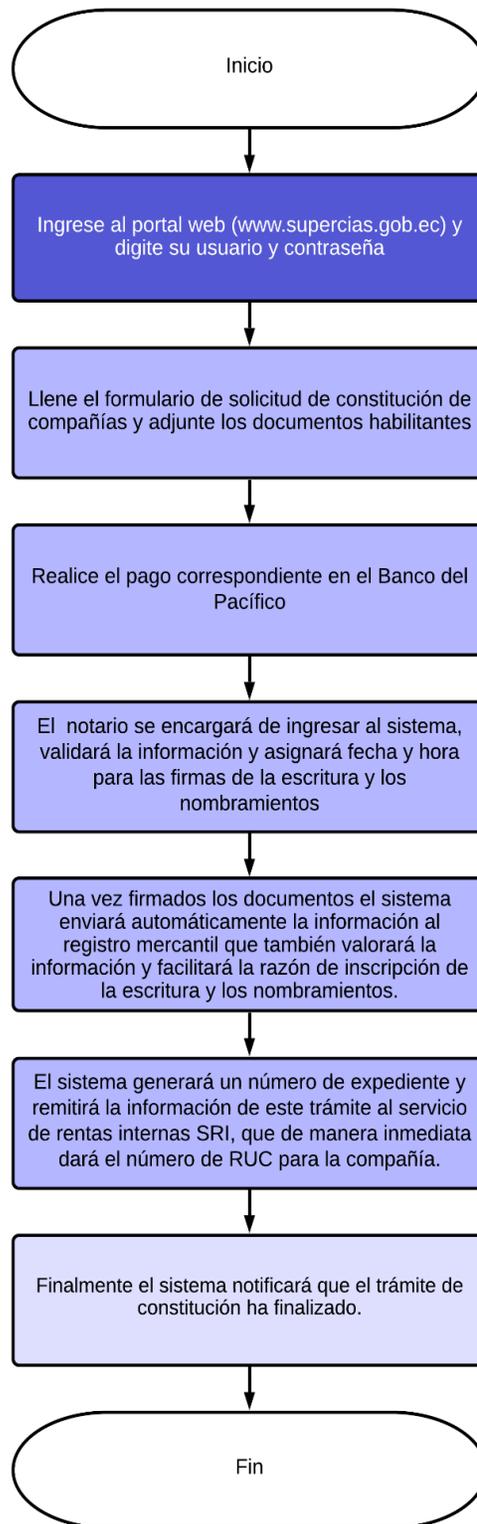
Trámite presencial



Fuente: DINARDAP
Elaborado por: Los autores

Proceso de inscripción de Constitución de Compañías o Sociedades

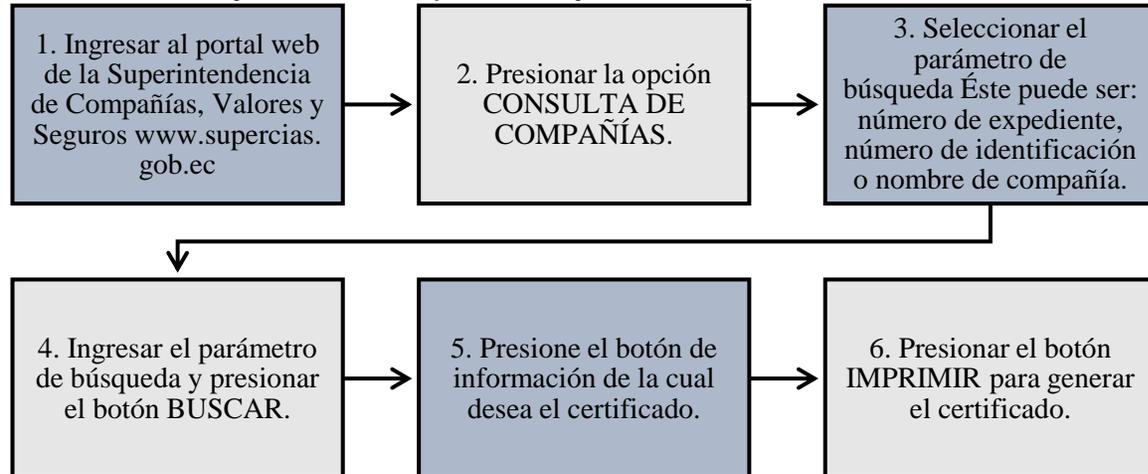
Trámite en línea



Fuente: DINARDAP
Elaborado por: Los autores

5. Registro en la Superintendencia de Compañías y obtención de nómina de accionistas, Certificado de Cumplimiento de Obligaciones y Número de Expediente

Ilustración 37 Proceso para obtener el Certificado de Cumplimiento de Obligaciones



Fuente:

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
Elaborado por: Los autores

6. Elaboración de Libros Sociales y títulos respectivos. La ley de Compañías establece que los administradores están especialmente obligados a llevar los libros sociales que exige la ley, tales como los de actas de juntas generales y directorios, el libro talonario y el de acciones y accionistas o de participaciones y socios, siendo solidariamente responsables para con la compañía y terceros, por la existencia y exactitud de dichos libros.

7. Inscripción del Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Requisitos Obligatorios:

Requisitos (básicos) para realizar el trámite a través del canal presencial:

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público

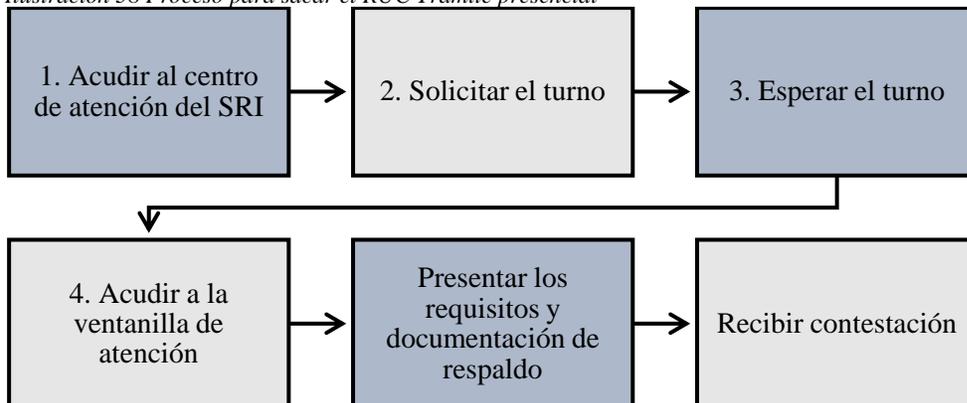
Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público

Trámite para sacar el RUC

Procedimiento para realizar el trámite a través del canal presencial:

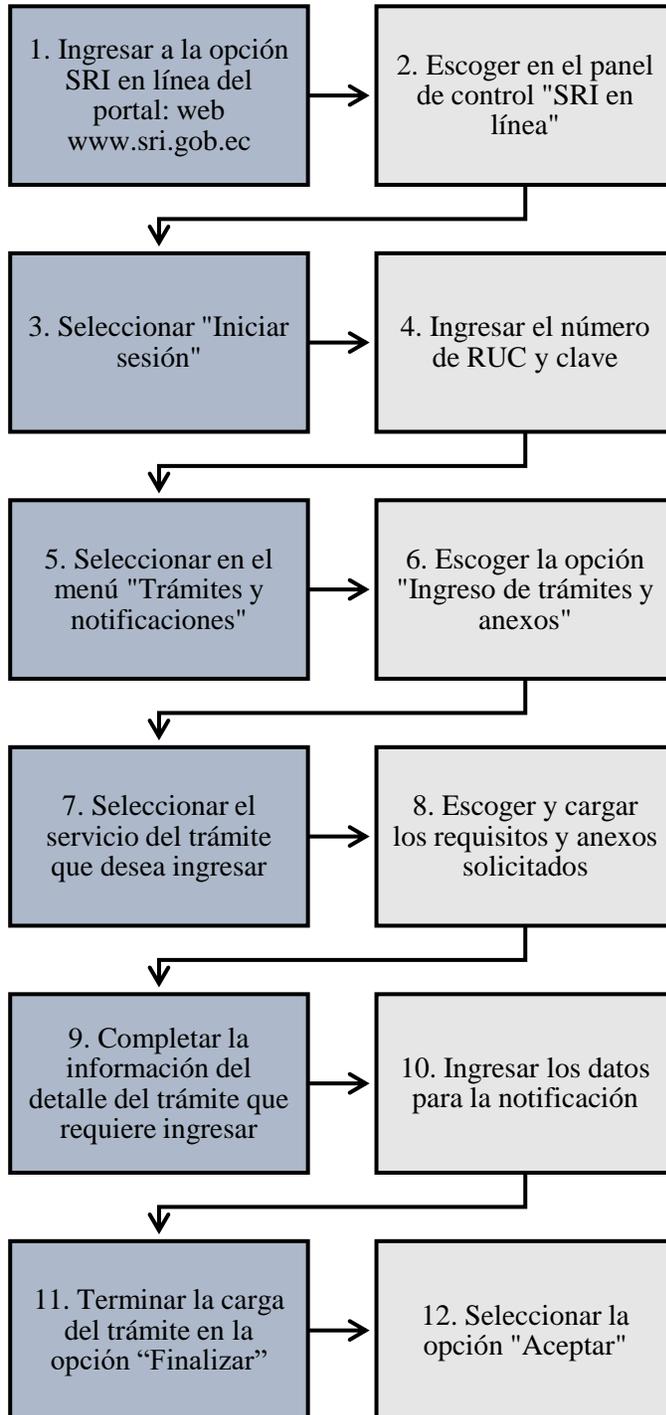
Ilustración 38 Proceso para sacar el RUC Trámite presencial



Fuente: SRI
Elaborado por: Los autores

Procedimiento para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

Ilustración 39 Proceso para sacar el RUC Trámite en línea

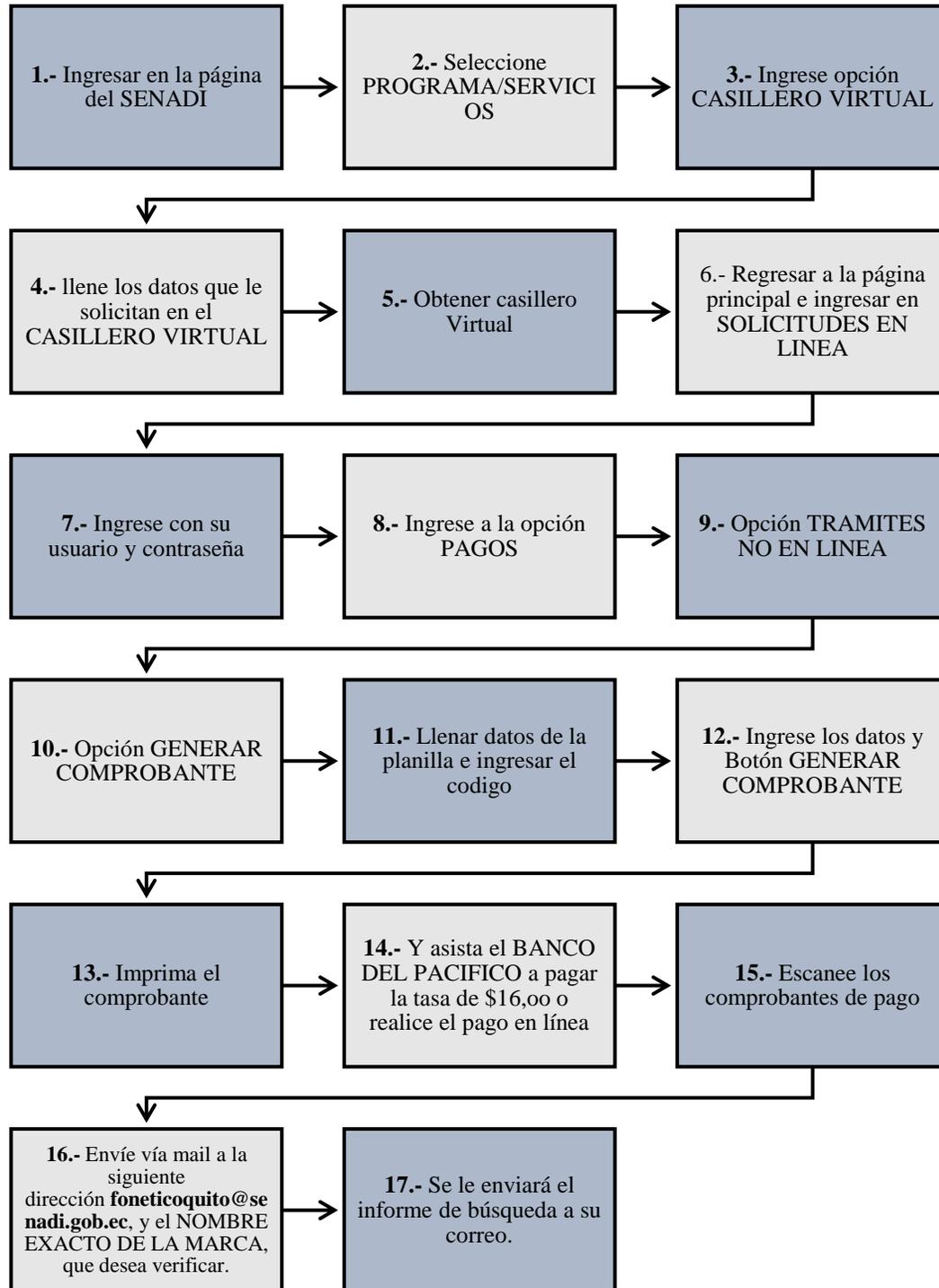


Fuente: Gob.ec Portal único de trámites ciudadanos

Elaborado por: Los autores

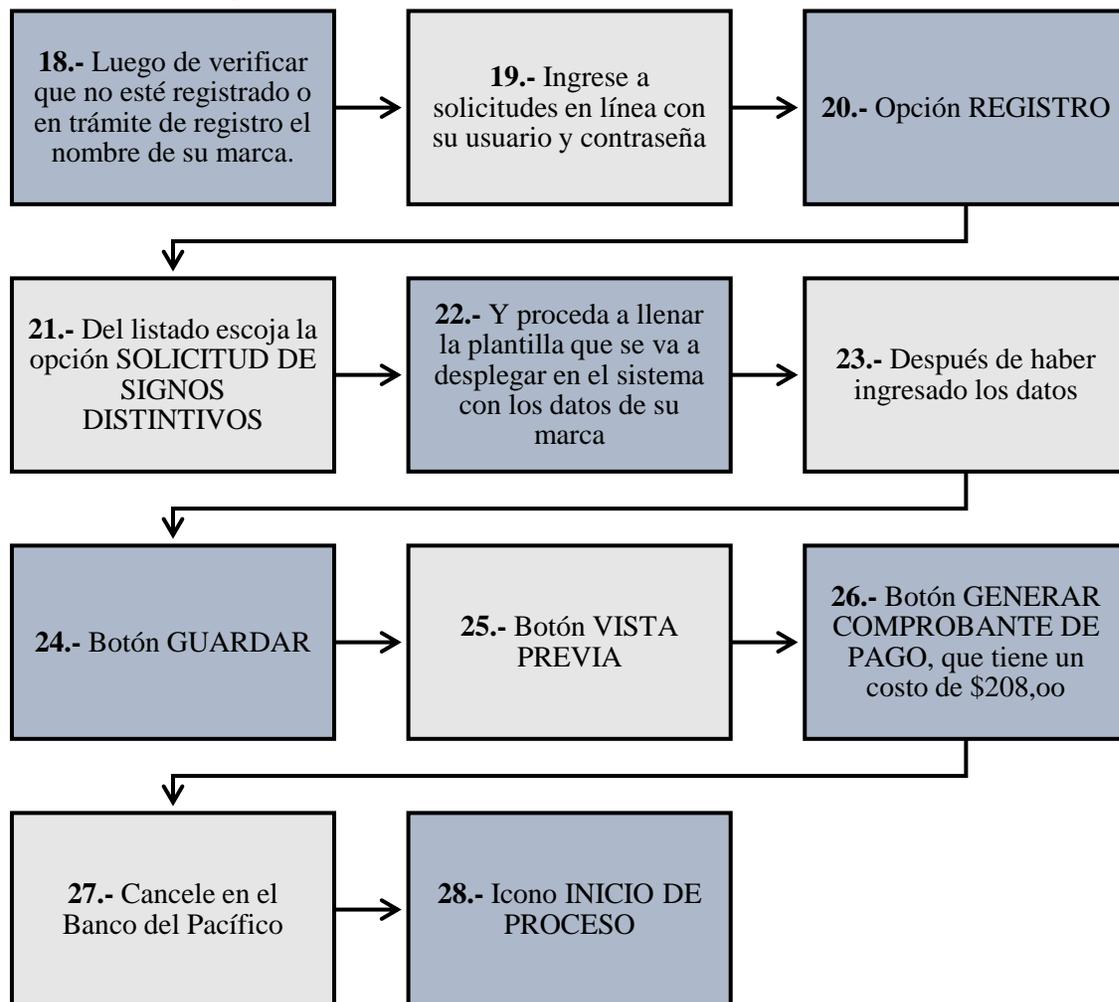
3.5.6.3. Proceso de registro de marca

Ilustración 40 Proceso de Registro de marca



Fuente: SENADI
Elaborado por: Los autores

Ilustración 41 Trámite para el Registro de la marca



Fuente: SENADI
Elaborado por: Los autores

3.5.6.4. Permisos y patentes para poner el negocio en marcha

Emisión de patente Municipal del Cantón Tulcán

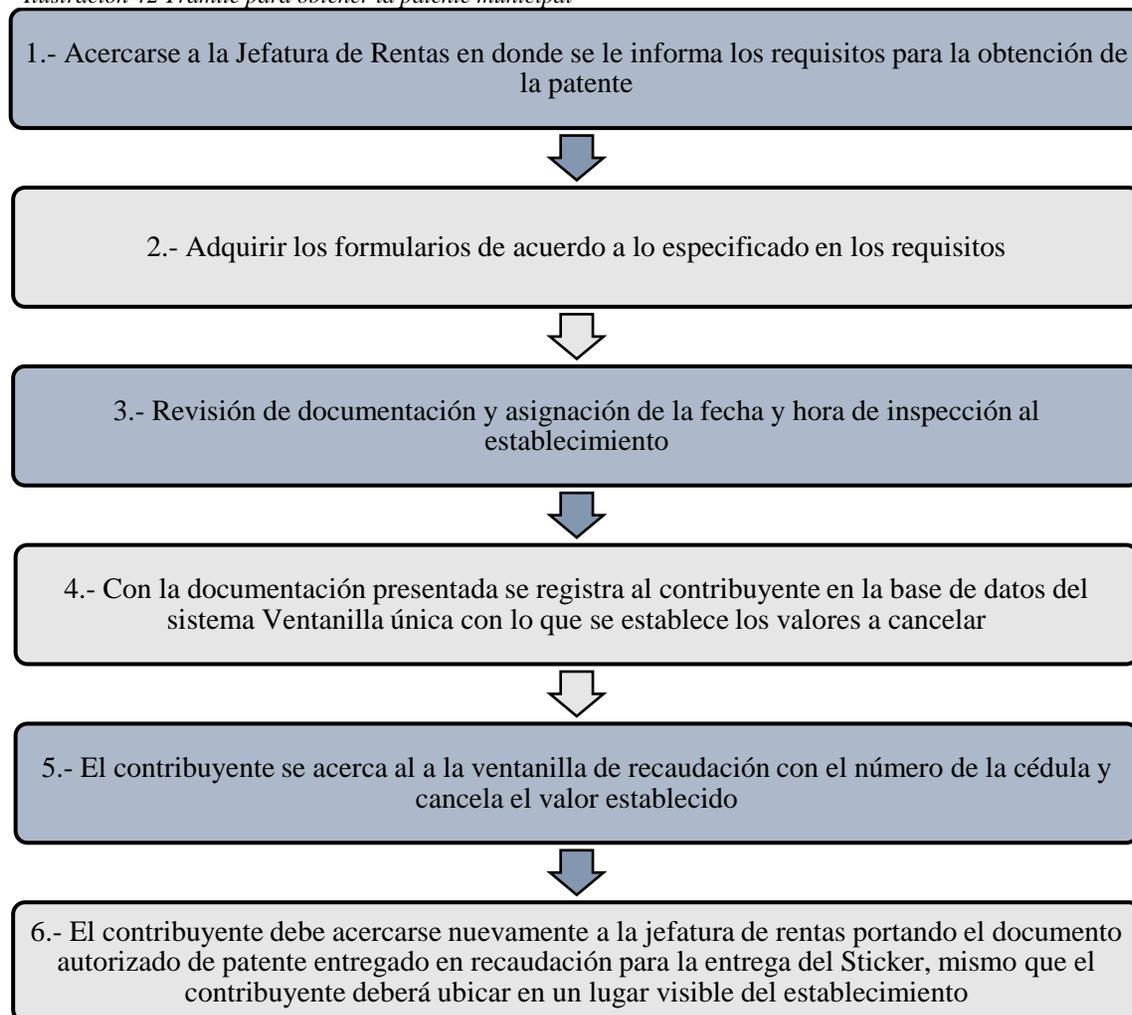
Requisitos Obligatorios:

- Presentación de cédula de identidad original representante legal
- Copia de Patente del año anterior (en caso de contribuyentes registrados)
- Copia de RUC

- Correo electrónico
- Declaración de impuesto a la renta año anterior
- Balances consolidados de situación inicial y estado de resultados
- Balances sucursales y agencia.
- Formulario REM2 (De venta en ventanillas del Municipio)
- Formulario 1.5 por mil a los activos (De venta en ventanillas del Municipio)

Tramite

Ilustración 42 Trámite para obtener la patente municipal



Fuente: Gob.ec Portal único de trámites ciudadanos
 Elaborado por: Los autores

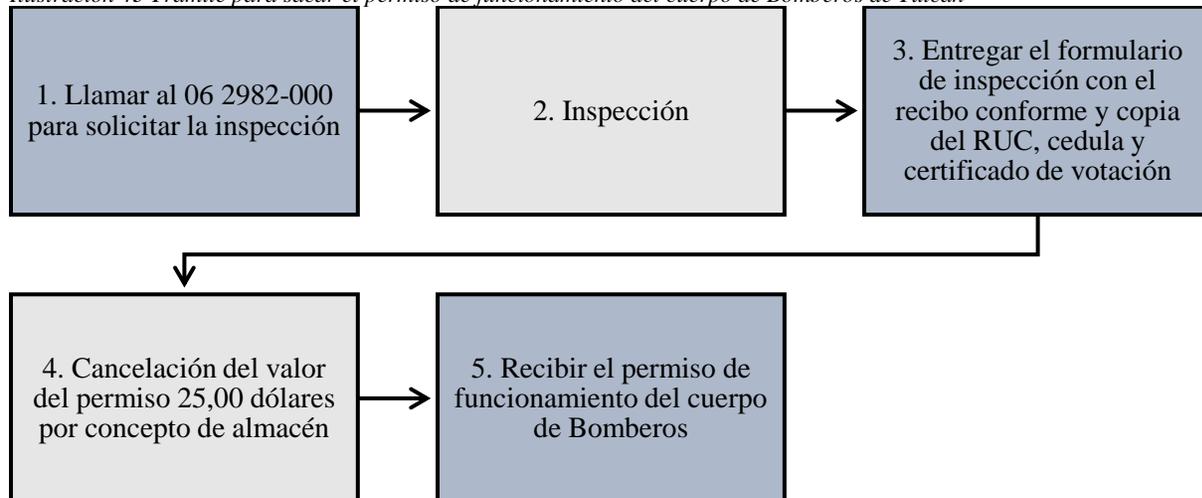
Permiso de funcionamiento del cuerpo de Bomberos de Tulcán

Requisitos

- Copia de RUC y RISE
- Copia de cédula y votación
- Factura de compra de un extintor
- Factura de la compra de un detector de incendios
- Copia de factura de recarga de extintor
- Original o Copia permiso año anterior
- Copia del Pago del predio urbano
- Certificado de Uso de Suelo – Emitido por Municipio
- Solicitud de Inspección de Local
- Inspección previamente realizada, firmada y aprobada por un miembro del Cuerpo de Bomberos.

Tramite

Ilustración 43 Trámite para sacar el permiso de funcionamiento del cuerpo de Bomberos de Tulcán



Fuente: Gob.ec Portal único de trámites ciudadanos

Elaborado por: Los autores

3.5.6.5. Nombre comercial de la empresa

BIG DATA S.A.

3.6. Estudio financiero

3.6.1. Inversiones y capital de trabajo

Muebles y enseres. Son activos que permiten el cumplimiento normal de las actividades del emprendimiento, los mismos que son utilizados tanto en la sección operativa, administrativa y en el área de ventas, se pueden observar en la siguiente tabla:

Tabla 50 Inversión fija muebles y enseres

INVERSIÓN FIJA MUEBLES Y ENSERES				\$1.280,96	
Cantidad	Nombre	Clasificación	Costo unitario	Costo total	Enlace
1	Mostrador vitrina Esencial de 110cmx40cmx100cm	Muebles y enseres	\$ 120,00	\$ 120,00	Click aquí
4	Sillas de oficina	Muebles y enseres	\$ 94,99	\$ 379,96	Click aquí
1	Mesas de madera para el área técnica	Muebles y enseres	\$ 65,00	\$ 65,00	Negocio Local
1	Sillón de espera clientes	Muebles y enseres	\$ 140,00	\$ 140,00	Click aquí
2	Archivador metálico	Muebles y enseres	\$ 80,00	\$ 160,00	Click aquí
2	escritorio para la parte administrativa	Muebles y enseres	\$ 130,00	\$ 260,00	Click aquí
2	lámparas de mesa	Muebles y enseres	\$ 13,00	\$ 26,00	Click aquí
2	Estantería	Muebles y enseres	\$ 65,00	\$ 130,00	Click aquí

Elaborado por: Los autores

Maquinaria y Equipos. Los equipos necesarios para lograr que el emprendimiento pueda brindar sus productos y servicios de manera eficiente, se detallan en la siguiente tabla, cada uno de estos es necesario para el ensamblaje o mantenimiento de cualquier tipo de hardware o software:

Tabla 51 Inversión fija maquinarias y equipo

INVERSIÓN FIJA MAQUINARIA Y EQUIPOS					\$289,38
Cantidad	Nombre	Clasificación	Costo unitario	Costo total	Enlace
3	Reguladores de voltaje	MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 10,00	\$ 30,00	<u>Click aquí</u>
2	Teléfono inalámbrico	MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 23,00	\$ 46,00	<u>Click aquí</u>
1	Multímetro	MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 18,00	\$ 18,00	<u>Click aquí</u>
1	Kit de Herramientas para montaje laptop, pc, dispositivos móviles	MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 30,50	\$ 30,50	<u>Click aquí</u>
1	Plancha de calor para display	MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 63,00	\$ 63,00	<u>Click aquí</u>
1	Microscopio Digital	MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 11,89	\$ 11,89	<u>Click aquí</u>
1	Estación de suelda	MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 70,00	\$ 70,00	<u>Click aquí</u>
1	Aspiradora para PC	MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 19,99	\$ 19,99	<u>Click aquí</u>

Elaborado por: Los autores

Equipo de Cómputo. El equipo de cómputo representa aquellos equipos que pertenecen a la empresa los cuales serán utilizados para poder desempeñar actividades tanto operacionales como administrativas, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 52 Inversión fija equipo de computo

INVERSIÓN FIJA EQUIPO DE COMPUTO						\$2.506,99
Cantidad	Nombre	Clasificación	Costo unitario	Costo total	Enlace	
3	Computadora	Equipo de Computo	\$ 649,00	\$ 1.947,00	Click aquí	
1	Monitor Touch	Equipo de Computo	\$ 289,99	\$ 289,99	Click aquí	
1	Impresora Térmica Usb / 58mm / Facturas Y Recibos	Equipo de Computo	\$ 60,00	\$ 60,00	Click aquí	
1	impresora con sistema de tinta continuo	Equipo de Computo	\$ 115,00	\$ 115,00	Click aquí	
1	TV box para punto de venta	Equipo de Computo	\$ 95,00	\$ 95,00	Click aquí	

Elaborado por: Los autores

Tabla 53 Total Inversión fija

Muebles y enseres	\$1.280,96
Maquinaria y equipos	\$289,38
Equipo de Computo	\$2.506,99
Total Inversión Fija	\$ 4.077,33

Elaborado por: Los autores

Capital de trabajo. El capital de trabajo representa los recursos necesarios para comenzar las operaciones hasta que el negocio pueda sustentarse con recursos propios, para nuestro caso se ha considerado un capital de trabajo para un mes, ya que de darse todas las condiciones el proyecto generaría los suficientes recursos luego de este periodo de tiempo para lograr seguir operando sin necesidad de más financiamiento externo, a continuación, se detalla los recursos necesarios:

Tabla 54 Capital de trabajo

CONCEPTO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Gasto operativo	\$ 984,90	\$ 11.818,80
Gasto Ventas	\$ 1.470,78	\$ 17.649,30
Inventario Mercadería	\$ 19.571,85	\$ 234.862,16
TOTAL	\$ 22.027,52	\$ 264.330,26

Elaborado por: Los autores

Total de la inversión. Luego de tomar en cuenta los costos tanto para la inversión fija como la de capital de trabajo, se establece que en total es necesario una inversión inicial de \$26104,85.

Tabla 55 Total inversión inicial

Capital de Trabajo	\$ 22.027,52
Inversión Fija	\$ 4.077,33
Inversión Inicial	\$ 26.104,85

Elaborado por: Los autores

Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital. El proyecto contará será financiado a través del aporte de los socios principales de la empresa, además de un crédito, el cuál será acordado para un plazo de 3 años o 36 meses.

Tabla 56 Fuentes de financiamiento

RECURSOS FINANCIEROS	
Aporte socios	\$ 11.104,85
Préstamo Bancario	\$ 15.000,00
TOTAL RECURSOS NECESARIOS	\$ 26.104,85

Elaborado por: Los autores

Tasa de Descuento. La tasa de descuento es aquella que permite aplicar la evaluación financiera mediante indicadores financieros como el VAN, TIR o el PRI y de esta manera conocer si el proyecto resulta rentable. Para esto se ha tomado como referencia datos del mes de julio de 2021 y estas variables se muestran a continuación.

Tabla 57 Tasa de Descuento

Tasa de Descuento	
Inflación anual	1%
Tasa pasiva Bancaria	5,66%
Tasa libre de riesgo	9,13%
Aspiración del inversionista	16%
TOTAL	31%

Elaborado por: Los autores

3.6.2. Costos y Gastos

Costo de Inventario. En el caso de los ordenadores de escritorio se tomó en cuenta el costo de las piezas que conformarían un ordenador con características suficientes para la mayor parte del mercado meta, en el caso de los otros productos (laptops, sets estudiantiles, gaming, periféricos de entrada y salida) se tomó en cuenta el costo de adquisición de cada uno de estos, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 58 Detalle inventario utilizado en un ordenador de escritorio estándar

Ordenador de escritorio estándar							
	Cantidad	Costo unitario	Unidades semanales	Unidades Anuales	Costo total Semanal	Costo Total Anual	Enlace
Placa base	1	\$ 96,00	3 u	156 u	\$ 288,00	\$ 14.976,00	Click Aquí
Procesador Core i5 10ma generación	1	\$ 214,99	3 u	156 u	\$ 644,97	\$ 33.538,44	Click Aquí
Memoria Ram hyperX 8gb ddr4	1	\$ 50,00	3 u	156 u	\$ 150,00	\$ 7.800,00	Click Aquí
SSD Kingstone 240gb	1	\$ 38,00	3 u	156 u	\$ 114,00	\$ 5.928,00	Click Aquí
Disco Duro 1tb	1	\$ 38,00	3 u	156 u	\$ 114,00	\$ 5.928,00	Click Aquí
Fuente De Poder Para Pc 600W	1	\$ 11,99	3 u	156 u	\$ 35,97	\$ 1.870,44	Click Aquí
Gabinete	1	\$ 24,88	3 u	156 u	\$ 74,64	\$ 3.881,28	Click Aquí
Sistema Operativo	1	\$ 14,00	3 u	156 u	\$ 42,00	\$ 2.184,00	Click Aquí
Offimática	1	\$ 13,00	3 u	156 u	\$ 39,00	\$ 2.028,00	Click Aquí
		\$ 500,86	3 u	156 u	\$ 1.502,58	\$ 78.134,16	

Elaborado por: Los autores

Tabla 59 Costo de adquisición de otros productos

Detalle						
	Costo unitario	Unidades semanales	Unidades Anuales	Costo total Semanal	Costo Total Anual	Enlace
Ordenadores portátiles	\$ 350,00	3 u	156 u	\$ 1.050,00	\$ 54.600,00	Click Aquí
Set de accesorios estudiantil	\$ 123,00	8 u	416 u	\$ 984,00	\$ 51.168,00	Click Aquí
Set de accesorios gaming	\$ 55,00	10 u	520 u	\$ 550,00	\$ 28.600,00	Click Aquí
Set de dispositivos entrada y salida	\$ 43,00	10 u	520 u	\$ 430,00	\$ 22.360,00	Click Aquí

Elaborado por: Los autores

Presupuesto de Costos

Tabla 60 Presupuesto de Costos

Volumen	AÑO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OPERACIONAL					
Ordenadores de escritorio	156 u	203 u	264 u	343 u	446 u
Ordenadores Portátiles	156 u	203 u	264 u	343 u	446 u
Set de accesorios estudiantil	416 u	541 u	703 u	914 u	1188 u
set de accesorios gaming	520 u	676 u	879 u	1142 u	1485 u
Set de dispositivos entrada y salida	520 u	676 u	879 u	1142 u	1485 u
Costo unitario					
Ordenadores de escritorio	\$500,86	\$504,02	\$507,19	\$510,39	\$513,60
Ordenadores Portátiles	\$350,00	\$352,21	\$354,42	\$356,66	\$358,90
Set de accesorios estudiantil	\$ 123,00	\$123,77	\$124,55	\$125,34	\$126,13
set de accesorios gaming	\$ 55,00	\$55,35	\$55,70	\$56,05	\$56,40
Set de dispositivos entrada y salida	\$ 43,00	\$43,27	\$43,54	\$43,82	\$44,09

Costo anual					
Ordenadores de escritorio (Unidades*Costo unitario)	\$ 78.134,16	\$ 102.214,33	\$ 133.715,76	\$ 174.925,62	\$ 228.835,95
Ordenadores Portátiles (Unidades*Costo unitario)	\$ 54.600,00	\$ 71.427,17	\$ 93.440,31	\$ 122.237,69	\$ 159.910,12
Set de accesorios estudiantil (Unidades*Costo unitario)	\$ 51.168,00	\$ 66.937,47	\$ 87.566,92	\$ 114.554,17	\$ 149.858,62
set de accesorios gaming (Unidades*Costo unitario)	\$ 28.600,00	\$ 37.414,23	\$ 48.944,93	\$ 64.029,26	\$ 83.762,44
Set de dispositivos entrada y salida (Unidades*Costo unitario)	\$ 22.360,00	\$ 29.251,13	\$ 38.266,03	\$ 50.059,24	\$ 65.487,00
TOTAL COSTOS	\$ 234.862,16	\$ 307.244,33	\$ 401.933,96	\$ 525.805,99	\$ 687.854,13

Elaborado por: Los autores

3.6.3. Ingresos

Para el precio de venta de los productos se tomó en cuenta un porcentaje de ganancia esperado, de acuerdo con el siguiente detalle:

Tabla 61 Tabla resumen

Productos	Ordenador de escritorio estándar	Ordenadores Portátiles	Set de accesorios estudiantil	Set de accesorios gaming	Set de dispositivos entrada y salida
Capacidad instalada	312 u	312 u	416 u	520 u	520 u
Incremento de la capacidad instalada	30%	30%	30%	30%	30%
Costo del Producto	\$ 500,86	\$ 350,00	\$ 123,00	\$ 55,00	\$ 43,00
Margen de Ganancia	16%	16%	16%	16%	16%
Precio Unitario	\$ 581,00	\$ 406,00	\$ 142,68	\$ 63,80	\$ 49,88

Elaborado por: Los autores

3.6.3.1. Presupuesto de Ventas

Tabla 6263 Presupuesto de ventas

AÑO	OPERACIONAL					
	Volumen	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ordenadores de escritorio		156 u	203 u	264 u	343 u	446 u
Ordenadores Portátiles		156 u	203 u	264 u	343 u	446 u
Set de accesorios estudiantil		416 u	541 u	703 u	914 u	1188 u
Set de accesorios gaming		520 u	676 u	879 u	1142 u	1485 u
Set de dispositivos entrada y salida		520 u	676 u	879 u	1142 u	1485 u
Precios unitarios						
Ordenadores de escritorio		\$581,00	\$584,66	\$588,34	\$592,05	\$595,78
Ordenadores Portátiles		\$406,00	\$408,56	\$411,13	\$413,72	\$416,33
Set de accesorios estudiantil		\$ 142,68	\$143,58	\$144,48	\$145,39	\$146,31
Set de accesorios gaming		\$ 63,80	\$64,20	\$64,61	\$65,01	\$65,42
Set de dispositivos entrada y salida		\$ 49,88	\$50,19	\$50,51	\$50,83	\$51,15
Ingresos totales						
Ordenadores de escritorio (unidades*precios unitarios)		\$ 90.635,63	\$ 118.568,62	\$ 155.110,28	\$ 202.913,72	\$ 265.449,70
Ordenadores Portátiles (unidades*precios unitarios)		\$ 63.336,00	\$ 82.855,52	\$ 108.390,77	\$ 141.795,72	\$ 185.495,74
Set de accesorios estudiantil (unidades*precios unitarios)		\$ 59.354,88	\$ 77.647,46	\$ 101.577,63	\$ 132.882,84	\$ 173.836,00
set de accesorios gaming (unidades*precios unitarios)		\$ 33.176,00	\$ 43.400,51	\$ 56.776,12	\$ 74.273,95	\$ 97.164,43
Set de dispositivos entrada y salida (unidades*precios unitarios)		\$ 25.937,60	\$ 33.931,31	\$ 44.388,60	\$ 58.068,72	\$ 75.964,92
INGRESOS POR VENTAS		\$ 272.440,11	\$ 356.403,42	\$ 466.243,39	\$ 609.934,94	\$ 797.910,79

Elaborado por: Los autores

Gastos de Administración y Venta. Los gastos de ventas son gastos producidos durante el proceso de venta de un producto o servicio determinado, para el caso de este proyecto son los siguientes:

Tabla 64 Gastos de Administración y Ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Publicidad	\$ 1.150,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00
Publicidad en redes sociales	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Pago de dominio web	\$ 550,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Sueldos personal de ventas	\$ 6.183,20	\$ 6.935,32	\$ 7.091,02	\$ 7.250,21	\$ 7.412,98
Sueldos personal administrativo	\$ 6.956,10	\$ 7.802,23	\$ 7.977,39	\$ 8.156,49	\$ 8.339,60
Servicios de Contabilidad externa	\$ 3.360,00	\$ 3.427,20	\$ 3.495,74	\$ 3.565,66	\$ 3.636,97
TOTAL	\$ 17.649,30	\$ 18.784,75	\$ 19.184,16	\$ 19.592,36	\$ 20.009,55

Elaborado por: Los autores

Tabla 65 Sueldos Personal de ventas

Sueldos Personal de Ventas					
DETALLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto mensual	\$400,00	\$408,98	\$418,16	\$427,55	\$437,15
Gasto anual	\$4.800,00	\$4.907,76	\$5.017,94	\$5.130,59	\$5.245,77
Aporte patronal	\$583,20	\$596,29	\$609,68	\$623,37	\$637,36
Aporte personal	\$453,60	\$463,78	\$474,20	\$484,84	\$495,73
Sueldo a Pagar	\$4.346,40	\$4.443,98	\$4.543,74	\$4.645,75	\$4.750,05
Décimo tercero	\$400,00	\$408,98	\$418,16	\$427,55	\$437,15
Décimo cuarto	\$400,00	\$408,98	\$418,16	\$427,55	\$437,15
FR mensual	\$0,00	\$34,07	\$34,83	\$35,61	\$36,41
FR anual	\$0,00	\$408,82	\$417,99	\$427,38	\$436,97
Vacaciones	\$0,00	\$204,49	\$209,08	\$213,77	\$218,57
Total anual	\$6.183,20	\$6.935,32	\$7.091,02	\$7.250,21	\$7.412,98
Número de trabajadores	1	1	1	1	1
Total	\$6.183,20	\$6.935,32	\$7.091,02	\$7.250,21	\$7.412,98

Elaborado por: Los autores

Tabla 66 Sueldo Personal de Administración

Sueldos Personal Administrativo					
DETALLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto mensual	\$450,00	\$460,10	\$470,43	\$480,99	\$491,79
Gasto anual	\$5.400,00	\$5.521,23	\$5.645,18	\$5.771,92	\$5.901,50
Aporte patronal	\$656,10	\$670,83	\$685,89	\$701,29	\$717,03
Aporte personal	\$510,30	\$521,76	\$533,47	\$545,45	\$557,69
Sueldo a Pagar	\$4.889,70	\$4.999,47	\$5.111,71	\$5.226,47	\$5.343,80
Décimo tercero	\$450,00	\$460,10	\$470,43	\$480,99	\$491,79
Décimo cuarto	\$450,00	\$460,10	\$470,43	\$480,99	\$491,79
FR mensual	\$0,00	\$38,33	\$39,19	\$40,07	\$40,97
FR anual	\$0,00	\$459,92	\$470,24	\$480,80	\$491,59
Vacaciones	\$0,00	\$230,05	\$235,22	\$240,50	\$245,90
Total anual	\$6.956,10	\$7.802,23	\$7.977,39	\$8.156,49	\$8.339,60
Número de trabajadores	1	1	1	1	1
Total	\$6.956,10	\$7.802,23	\$7.977,39	\$8.156,49	\$8.339,60

Elaborado por: Los autores

Gastos Operativos. Estos gastos se refieren a todos en los cuales la empresa debe incurrir para el desarrollo normal de sus actividades, es importante mencionar que para el caso del gasto de constitución de acuerdo con la LORTI este se considera como un gasto deducible el cual puede amortizarse en un período de hasta 5 años, el gasto correspondiente a la amortización de cada periodo se considera como deducible, estos gastos se encuentran descritos a continuación.

Tabla 67 Gastos Operativos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Constitución	\$ 278,00	\$ 55,60	\$ 55,60	\$ 55,60	\$ 55,60
Sueldos Técnico	\$ 6.183,20	\$ 6.935,32	\$ 7.091,02	\$ 7.250,21	\$ 7.412,98
Sueldo	\$ 4.800,00	\$ 4.907,76	\$ 5.017,94	\$ 5.130,59	\$ 5.245,77
Beneficios Sociales	\$ 1.383,20	\$ 2.027,56	\$ 2.073,08	\$ 2.119,62	\$ 2.167,20
Aporte Patronal IESS	\$ 583,20	\$ 596,29	\$ 609,68	\$ 623,37	\$ 637,36
13° Sueldo	\$ 400,00	\$ 408,98	\$ 418,16	\$ 427,55	\$ 437,15
14° Sueldo	\$ 400,00	\$ 408,98	\$ 418,16	\$ 427,55	\$ 437,15
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 408,82	\$ 417,99	\$ 427,38	\$ 436,97
Vacaciones	\$ 0,00	\$ 204,49	\$ 209,08	\$ 213,77	\$ 218,57

Servicios Básicos	\$ 1.200,00	\$ 1.207,56	\$ 1.215,17	\$ 1.222,82	\$ 1.230,53
Suministros de oficina	\$ 300,00	\$ 301,89	\$ 303,79	\$ 305,71	\$ 307,63
Suministros de Aseo	\$ 240,00	\$ 241,51	\$ 243,03	\$ 244,56	\$ 246,11
Fletes	\$ 1.440,00	\$ 1.449,07	\$ 1.458,20	\$ 1.467,39	\$ 1.476,63
Arriendos	\$ 2.400,00	\$ 2.415,12	\$ 2.430,34	\$ 2.445,65	\$ 2.461,05
Total	\$ 11.818,80	\$ 12.606,07	\$ 12.797,15	\$ 12.991,94	\$ 13.190,53

Elaborado por: Los autores

Gastos Financieros. Los gastos financieros son generados por concepto de los intereses que genera el financiamiento obtenido por parte del emprendimiento el cual asciende a un valor de \$15.000,00 en un plazo de 3 años, y con una tasa de interés de 15.30%, y los que se detallan a continuación en la tabla de amortización.

Garantías del préstamo

- Firma del deudor y su cónyuge (de ser el caso), para crédito de hasta \$10.000 dólares
- Con la firma de un garante y su cónyuge (si aplica) para créditos de hasta \$20.000 dólares.
- Para créditos de más de \$20.000 dólares se requiere garantías reales como la hipoteca del inmueble o garantía prendaria.
- Certificado de inversión de cualquier valor.

Tabla 68 Datos del préstamo

Capital	\$15.000,00
Interés	15,30%
Plazo (años)	3,00
Cuota	\$522.19
Banco	Ban Ecuador
Método	Francés

Elaborado por: Los autores

Tabla 69 Tabla de amortización del préstamo

	Fecha	Cuota	Interés	Capital
1	\$522,19	\$191,25	\$330,94	\$522,19
2	\$522,19	\$187,03	\$335,16	\$522,19
3	\$522,19	\$182,76	\$339,43	\$522,19
4	\$522,19	\$178,43	\$343,76	\$522,19
5	\$522,19	\$174,05	\$348,14	\$522,19
6	\$522,19	\$169,61	\$352,58	\$522,19
7	\$522,19	\$165,11	\$357,07	\$522,19
8	\$522,19	\$160,56	\$361,63	\$522,19
9	\$522,19	\$155,95	\$366,24	\$522,19
10	\$522,19	\$151,28	\$370,91	\$522,19
11	\$522,19	\$146,55	\$375,64	\$522,19
12	\$522,19	\$141,76	\$380,43	\$522,19
13	10/1/2023	\$522,19	\$136,91	\$385,28
14	9/2/2023	\$522,19	\$132,00	\$390,19
15	11/3/2023	\$522,19	\$127,02	\$395,16
16	10/4/2023	\$522,19	\$121,99	\$400,20
17	10/5/2023	\$522,19	\$116,88	\$405,30
18	9/6/2023	\$522,19	\$111,72	\$410,47
19	9/7/2023	\$522,19	\$106,48	\$415,70
20	8/8/2023	\$522,19	\$101,18	\$421,00
21	7/9/2023	\$522,19	\$95,81	\$426,37
22	7/10/2023	\$522,19	\$90,38	\$431,81
23	6/11/2023	\$522,19	\$84,87	\$437,31
24	6/12/2023	\$522,19	\$79,30	\$442,89
25	5/1/2024	\$522,19	\$73,65	\$448,54
26	4/2/2024	\$522,19	\$67,93	\$454,26
27	5/3/2024	\$522,19	\$62,14	\$460,05
28	4/4/2024	\$522,19	\$56,27	\$465,91
29	4/5/2024	\$522,19	\$50,33	\$471,85
30	3/6/2024	\$522,19	\$44,32	\$477,87
31	3/7/2024	\$522,19	\$38,22	\$483,96
32	2/8/2024	\$522,19	\$32,05	\$490,13
33	1/9/2024	\$522,19	\$25,80	\$496,38
34	1/10/2024	\$522,19	\$19,47	\$502,71
35	31/10/2024	\$522,19	\$13,07	\$509,12
36	30/11/2024	\$522,19	\$6,57	\$515,61

Elaborado por: Los autores

Tabla 70 Costos de Financiación y pago de préstamo

COSTOS DE FINANCIACIÓN Y PAGO DE PRÉSTAMO							
FASE	U/Medida	Inversión	1	2	3	4	5
Préstamo	USD	\$ 15.000,00					
Cuota	USD		\$6.266,24	\$6.266,24	\$6.266,24		
Costos de financiación	USD		\$2.004,34	\$1.304,54	\$489,83		
Amortización crédito	USD		\$ 4.261,90	\$4.961,70	\$5.776,40		
SALDO FINAL	USD		\$10.738,10	\$5.776,40	\$ -		

Elaborado por: Los autores

Depreciación. La depreciación es un rubro que representa la pérdida de valor de un bien perteneciente a la empresa a consecuencia del desgaste que sufre por su operación con el paso del tiempo, el valor de depreciación se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 71 Depreciación

AÑO	VIDA ÚTIL	INVERSIÓN	OPERACIONAL					DEPRECIACIÓN ACUMULADA PERÍODO OPERACIÓN	VALOR EN LIBROS
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
Equipos de computo	3	\$ 2.506,99	\$ 435,66	\$ 435,66	\$ 435,66			\$ 1.306,99	\$ 1.200,00
Maquinaria y Equipos	10	\$ 289,38	\$ 28,94	\$ 28,94	\$ 28,94	\$ 28,94	\$ 28,94	\$ 144,69	\$ 144,69
Muebles y enseres	10	\$ 1.280,96	\$ 70,10	\$ 128,10	\$ 128,10	\$ 128,10	\$ 128,10	\$ 582,48	\$ 698,48
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		\$ 4.077,33	\$ 534,70	\$ 592,70	\$ 592,70	\$ 157,03	\$ 157,03	\$ 2.034,16	\$ 2.043,17

Elaborado por: Los autores

3.6.4. Estado de Situación Financiera

Este estado es un documento contable en el cual se refleja la situación financiera de una empresa o ente económico a una fecha determinada, está conformado por las partidas de activo, pasivo y patrimonio o capital contable, que para la proyección en el caso de este proyecto se ha tomado en cuenta un período de 5 años:

Tabla 72 Estado de Situación Financiera Proyectado

AÑO	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
Activos corrientes	\$22.027,52	\$23.871,13	\$33.353,74	\$53.662,39	\$93.880,52	\$152.109,09
ACTIVOS FIJOS	\$4.077,33	\$4.077,33	\$4.077,33	\$4.077,33	\$4.077,33	\$4.077,33
Equipo de computo	\$2.506,99	\$2.506,99	\$2.506,99	\$2.506,99	\$2.506,99	\$2.506,99
Muebles y enseres	\$1.280,96	\$1.280,96	\$1.280,96	\$1.280,96	\$1.280,96	\$1.280,96
Maquinaria y equipos	\$289,38	\$289,38	\$289,38	\$289,38	\$289,38	\$289,38
Depreciación Acumulada		-\$534,70	-\$1.127,39	-\$1.720,09	-\$1.877,13	-\$2.034,16
Muebles y enseres	\$0,00	\$70,10	\$198,19	\$326,29	\$454,38	\$582,48
Equipo de Computo	\$0,00	\$435,66	\$871,33	\$1.306,99	\$1.306,99	\$1.306,99
Maquinaria y equipos	\$0,00	\$28,94	\$57,88	\$86,81	\$115,75	\$144,69
TOTAL ACTIVOS	\$26.104,85	\$27.413,76	\$36.303,68	\$56.019,63	\$96.080,73	\$154.152,26
PASIVOS						
Trabajadores por pagar	\$0,00	\$835,62	\$2.380,65	\$4.686,84	\$7.708,14	\$11.504,93
IR por pagar	\$0,00	\$1.183,80	\$3.372,59	\$6.639,69	\$10.919,87	\$16.298,65
Préstamo Bancario	\$15.000,00	\$10.738,10	\$5.776,40	\$0,00		
TOTAL PASIVOS	\$15.000,00	\$12.757,52	\$11.529,65	\$11.326,53	\$18.628,02	\$27.803,59
PATRIMONIO						
Capital Suscrito	\$11.104,85	\$11.104,85	\$11.104,85	\$11.104,85	\$11.104,85	\$11.104,85
Utilidades Retenidas	\$0,00	\$3.551,39	\$13.669,18	\$33.588,25	\$66.347,86	\$115.243,82
TOTAL PATRIMONIO	\$11.104,85	\$14.656,25	\$24.774,03	\$44.693,10	\$77.452,71	\$126.348,67

Elaborado por: Los autores

3.6.5. Estado de Resultados

El estado de resultados es un documento contable que muestra los ingresos, costos y gastos durante un periodo de tiempo determinado, para este estado de resultados se ha tomado en cuenta un período de 5 años para realizar las proyecciones, mediante el cual se puede observar si el proyecto llegará a generar una utilidad o una pérdida para cada periodo, el porcentaje de impuesto a la renta que se tiene para el proyecto es de 25%, esto de acuerdo al porcentaje establecido por la Ley de Régimen Tributario Interno para las Sociedades Anónimas.

Tabla 73 Estado de Resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ingresos por ventas	\$272.440,11	\$356.403,42	\$466.243,39	\$609.934,94	\$797.910,79
TOTAL INGRESOS	\$272.440,11	\$356.403,42	\$466.243,39	\$609.934,94	\$797.910,79
COSTOS					
(-) Costo de Ventas	\$234.862,16	\$307.244,33	\$401.933,96	\$525.805,99	\$687.854,13
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$37.577,95	\$49.159,09	\$64.309,43	\$84.128,96	\$110.056,66
GASTOS					
Gastos Operacionales	\$11.818,80	\$12.606,07	\$12.797,15	\$12.991,94	\$13.190,53
Gastos de ventas	\$17.649,30	\$18.784,75	\$19.184,16	\$19.592,36	\$20.009,55
Gastos de depreciación	\$534,70	\$592,70	\$592,70	\$157,03	\$157,03
Costos de financiación	\$2.004,34	\$1.304,54	\$489,83		
TOTAL GASTOS	\$32.007,13	\$33.288,06	\$33.063,83	\$32.741,33	\$33.357,11
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$5.570,81	\$15.871,03	\$31.245,60	\$51.387,63	\$76.699,55
15% Participación Trabajadores	\$835,62	\$2.380,65	\$4.686,84	\$7.708,14	\$11.504,93
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$4.735,19	\$13.490,38	\$26.558,76	\$43.679,48	\$65.194,62
25% Impuesto a la renta	\$1.183,80	\$3.372,59	\$6.639,69	\$10.919,87	\$16.298,65
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$3.551,39	\$10.117,78	\$19.919,07	\$32.759,61	\$48.895,96

Elaborado por: Los autores

3.6.6. Flujo de caja

El flujo de caja es un estado en el cual se identifica la información sobre los recursos que genera la empresa, es decir, en este se detallan los ingresos y egresos de dinero que tiene la organización durante un periodo de tiempo, este flujo se detalla a continuación:

Tabla 74 Flujo de caja

AÑO	1	2	3	4	5
Saldo inicial	\$ 22.027,52	\$ 23.871,13	\$ 33.353,74	\$ 53.662,39	\$ 93.880,52
Ingresos	\$ 272.440,11	\$ 356.403,42	\$ 466.243,39	\$ 609.934,94	\$ 797.910,79
Egresos	\$ 270.596,50	\$ 344.901,39	\$ 440.181,50	\$ 558.390,28	\$ 721.054,21
Trabajadores	\$ 0,00	\$ 835,62	\$ 2.380,65	\$ 4.686,84	\$ 7.708,14
IR	\$ 0,00	\$ 1.183,80	\$ 3.372,59	\$ 6.639,69	\$ 10.919,87
Saldo Final	\$ 23.871,13	\$ 33.353,74	\$ 53.662,39	\$ 93.880,52	\$ 152.109,09

Elaborado por: Los autores

3.6.7. Flujo del Proyecto

El flujo del proyecto muestra los ingresos y egresos de la empresa, tomando en cuenta valores como el valor de rescate y similares, los cuales se recuperan con el tiempo, por otro lado, los valores correspondientes a las depreciaciones no se toman en cuenta debido a que no representan una salida real de efectivo, en la siguiente tabla se detallan estos rubros:

Tabla 75 Flujo del proyecto

AÑO	0	1	2	3	4	5
Utilidad neta		\$ 3.551,39	\$ 10.117,78	\$ 19.919,07	\$ 32.759,61	\$ 48.895,96
(+) Depreciación		\$ 534,70	\$ 592,70	\$ 592,70	\$ 157,03	\$ 157,03
Valor de Rescate		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 2.043,17
Capital de Trabajo		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 22.027,52
Pago de Capital préstamo		\$ 4.261,90	\$ 4.961,70	\$ 5.776,40		
Flujo Neto del Proyecto	\$(26.104,85)	-\$ 175,81	\$ 5.748,78	\$ 14.735,37	\$ 32.916,65	\$ 73.123,69

Elaborado por: Los autores

3.7. Análisis Financiero

3.7.1. Cálculo del Valor Actual Neto

El valor actual neto, es un indicador financiero que es conocido también como valor presente neto, o por sus siglas VAN, corresponde al valor actual de los flujos de caja netos que origina una inversión, para el cálculo de estos indicadores tomaremos en cuenta la tasa de descuento anteriormente calculada la cual corresponde a 31 %.

El cálculo se lo realiza mediante la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FE1}{1+i} + \frac{FE1}{(1+i)^2} + \frac{FE1}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FE1}{(1+i)^n}$$

Tabla 76 VAN

	Flujos del proyecto	Flujos actualizados
Inversión	\$ (26.104,85)	
Año 1	-\$ 175,81	-\$133,78
Año 2	\$ 5.748,78	\$3.328,53
Año 3	\$ 14.735,37	\$6.491,97
Año 4	\$ 32.916,65	\$11.034,93
Año 5	\$ 73.123,69	\$18.653,09
Suma		39.374,75
VAN		13.269,90

Elaborado por: Los autores

El VAN del proyecto asciende a \$13269,90 por tanto este indicador al ser mayor a cero indica que el proyecto es rentable.

3.7.2. Cálculo de la tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno o por sus siglas TIR, representa la tasa de interés o de rentabilidad ofrecida por una inversión, si este indicador resulta mayor que la tasa de descuento podemos concluir que el proyecto resultará rentable.

Tabla 77 TIR

	Flujos del proyecto	Flujos actualizados
Inversión	\$ (26.104,85)	
Año 1	-\$ 175,81	-\$133,78
Año 2	\$ 5.748,78	\$3.328,53
Año 3	\$ 14.735,37	\$6.491,97
Año 4	\$ 32.916,65	\$11.034,93
Año 5	\$ 73.123,69	\$18.653,09
TIR		45%

Elaborado por: Los autores

La tasa interna de retorno del proyecto es de 45%, por tanto, al ser mayor que la tasa de descuento se puede concluir la viabilidad del proyecto de inversión.

3.7.3. Período de recuperación de la Inversión

El indicador conocido por sus siglas PRI o período de recuperación de la inversión, evalúa el período de tiempo que le tomará al proyecto para recuperar el total de la inversión a valor presente.

a	4
b	\$26.104,85
c	\$20.721,66
d	\$18.653,09

PRI		
Período	Flujos descontados	Flujo acumulado
1	-\$133,78	-\$133,78
2	\$3.328,53	\$3.194,76
3	\$6.491,97	\$9.686,73
4	\$11.034,93	\$20.721,66
5	\$18.653,09	\$39.374,75

Tabla 78 Periodo de recuperación

PRI	4,28860	Años: 4 - Meses: 3 - Días: 14
	0,28860	0,4631
Años	Meses	Días
4	3,463	13,894

Elaborado por: Los autores

3.7.4. Análisis Costo / Beneficio

El análisis costo beneficio es un indicador el cual permite identificar la cantidad de beneficio que ofrecerá el proyecto al implementarse luego de haber cubierto los costos y gastos en los que se incurrirá durante su operación, este indicador se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$C/B = \frac{\Sigma \text{Ingresos} / (1 + i)^n}{\Sigma \text{Costos y gastos} / (1 + i)^n + \text{inversion inicial}}$$

Tabla 79 Análisis Costo/Beneficio

Análisis costo/beneficio			
		INGRESOS	EGRESOS
INVERSION	-\$26.104,85		
AÑO 1		\$272.440,11	\$270.596,50
AÑO 2		\$356.403,42	\$344.901,39
AÑO 3		\$466.243,39	\$440.181,50
AÑO 4		\$609.934,94	\$558.390,28
AÑO 5		\$797.910,79	\$721.054,21
VAN INGRESOS	\$1.053.192,32		
VAN EGRESOS	\$996.762,64		
VAN EGRESOS + INVERSIÓN	\$970.657,79		
COSTO/BENEFICIO	1,09		

Elaborado por: Los autores

Este indicador muestra que el proyecto por cada dólar invertido se obtiene una rentabilidad de \$0.09, por tanto, el proyecto resulta viable para los inversionistas.

3.7.5. Punto de Equilibrio

tabla 80

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Costo Fijo	32.007,13	33.288,06	33.063,83	32.741,33	33.357,11
Costo Variable Total	234.862,16	307.244,33	401.933,96	525.805,99	687.854,13
Costo Total	266.869,29	340.532,39	434.997,79	558.547,31	721.211,24
Ingresos	272.440,11	356.403,42	466.243,39	609.934,94	797.910,79
Punto de equilibrio en dólares	232.051,71	241.338,45	239.712,79	237.374,63	241.839,06
Punto de equilibrio en unidades	187	193	190	187	190
Precio unitario de venta	1.243,36	1.251,19	1.259,07	1.267,01	1.274,99
Costo unitario de venta	1.071,86	1.078,61	1.085,41	1.092,25	1.099,13
Mercadería anual	1768	2298,4	2987,92	3884,296	5049,5848

Elaborado por: Los autores

El punto de equilibrio nos muestra la cantidad de unidades de producto que se necesitan para obtener los ingresos necesarios que cubran al menos los costos de operación de la empresa, para nuestro caso el punto de equilibrio en unidades es de 187 y el precio en dólares es \$232.051,71.

3.8. Gestión de riesgos

3.8.1. Identificación de Riesgos

En esta etapa se identificaron los potenciales riesgos que podrían afectar la puesta en marcha del proyecto y podrían causar problemas futuros al emprendimiento, para esto se hizo uso de la matriz AOR (ver tabla No. 10).

3.8.2. Análisis de Riesgos

Luego de identificados los peligros que existen para el emprendimiento, se realiza una cuantificación acorde a su grado de gravedad y probabilidad de ocurrencia, para esto se realizaron las siguientes tablas en las cuales se determinan los criterios utilizados para valorar a cada uno de los riesgos, los cuales están basados en la vigencia tecnológica media de los productos de este tipo.

3.8.2.1. Criterios de Gravedad

Tabla 80 Criterios de Gravedad

Muy bajo (1)	No existen dificultades en la rotación del inventario
Bajo (2)	La rotación de inventario es adecuada y acorde a la vigencia tecnológica del mercado
Medio (3)	La movilización de inventarios no es adecuada y puede ocasionar la reducción de la vida útil de estos.
Alto (4)	Los inventarios no tienen la suficiente rotación y corren el riesgo de quedar obsoletos.
Muy alto (5)	Los inventarios no se mueven y se ha llegado a la obsolescencia tecnológica de los inventarios.

Elaborado por: Los autores

3.8.2.2. Criterios de probabilidad

Tabla 81 Criterios de probabilidad

Muy baja (1)	Condiciones de mercado en las cuales los inventarios cuentan con una vigencia tecnológica significativa (3 años o más).
Baja (2)	Condiciones de mercado en las cuales los inventarios cuentan con una vigencia tecnológica superior a la media (2 a 3 años máximo).
Media (3)	Lapsos medianamente aceptables durante los cuales los inventarios permanecen vigentes dentro del mercado (1 a 2 años).
Alta (4)	Condiciones de mercado en las cuales los inventarios permanecen vigentes durante poco tiempo debido a la obsolescencia tecnológica (6 meses a 1 año).
Muy alta (5)	Condiciones de mercado que promuevan una escasa o nula movilización de los inventarios y reducción acelerada de la vigencia tecnológica (< 6 meses).

Elaborado por: Los autores

3.8.2.3. Evaluación de los Riesgos

Tabla 82 Matriz de Riesgos

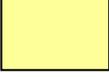
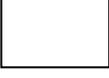
RIESGO	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
Avance tecnológico acelerado.	5	4	20	Muy grave
Aumento del costo de vida	3	4	12	Importante
Productos sustitutos.	5	2	10	Importante
Contrabando de productos por la frontera.	3	3	9	Importante
Impacto de la pandemia sobre la economía de los potenciales clientes	4	4	16	Muy grave
Otros negocios dedicados al software y hardware	4	2	8	Apreciable
Páginas web de venta online (Amazon, Aliexpress).	1	2	2	Marginal

GRAVEDAD (IMPACTO)

		MUY BAJO 1	BAJO 2	MEDIO 3	ALTO 4	MUY ALTO 5
PROBABILIDAD	MUY ALTA 5	5	10	15	20	25
	ALTA 4	4	8	12	16	20
	MEDIA 3	3	6	9	12	15
	BAJA 2	2	4	6	8	12
	MUY BAJA 1	1	2	3	4	5

Elaborado por: Los autores

Tabla 83 Matriz de Riesgos

	Riesgo muy grave: Requiere medidas preventivas urgentes. No se debe iniciar el proyecto sin la aplicación de medidas preventivas urgentes.
	Riesgo importante: Medidas preventivas obligatorias. Se deben controlar fuertemente las variables de riesgo durante el proyecto.
	Riesgo apreciable: Estudiar si es posible introducir medidas preventivas para reducir el nivel de riesgo. Si no fuera posible, mantener las variables controladas.
	Riesgo marginal: Se vigilará, aunque no requiere medidas preventivas de partida.

Elaborado por: Los autores

3.8.3. Resultados de la evaluación.

De acuerdo con la matriz de riesgos, existen varios que necesitan especial atención, ya que, podrían causar conflictos importantes para la consecución de los objetivos del proyecto, por tanto, es necesario contar con medidas que ayuden a mitigar dichos riesgos y hacer más segura la puesta en marcha del emprendimiento, para lo cual se ha elaborado la siguiente tabla:

Tabla 84 Controles del Riesgo

Riesgo	Controles
Avance tecnológico acelerado	Contar con un stock de equipos que puedan ser repotenciados, en caso de ser necesario, sin la necesidad de recurrir a la adquisición de un equipo completamente nuevo, es decir, que estos puedan ser mejorados mediante cambios pequeños que garanticen una vida útil más larga de cada uno de los equipos.
Aumento del costo de vida	Establecer alianzas con proveedores estratégicos que permitan ofrecer productos de calidad a precios más competitivos acordes a la realidad económica del país.
Productos sustitutos	Adquirir con los proveedores productos innovadores y accesibles, que mantengan el interés de los clientes y permitan que el emprendimiento no sea opacado por productos sustitutos.
Contrabando de productos por la frontera	Fomentar la compra de este tipo de productos en la localidad mediante el establecimiento de precios competitivos, productos innovadores y servicios de calidad como soporte técnico o asesoría personalizada.
Impacto de la pandemia sobre la economía de los potenciales clientes	Brindar a los clientes facilidades como asesorías para adquirir los productos que más se ajusten a sus necesidades o para reacondicionar aquellos productos con los que ya cuentan, de manera que no afecte a su economía.

Riesgo	Controles
Otros negocios dedicados al software y hardware	Adquirir productos vanguardistas, de calidad, innovadores y competitivos en relación con el precio actual de mercado que permitan captar la atención de los clientes. Utilizar los medios de información para dar a conocer al público las fortalezas del emprendimiento.
Páginas web de venta online (Amazon, Aliexpress)	Realizar un seguimiento de las condiciones establecidas para la compra online en el país, tales como la implementación de nuevas medidas arancelarias que pueden propiciar el aumento en el uso de estas páginas.

Elaborado por: Los autores

3.9. Conclusión de la propuesta

Con la elección del modelo de negocio Business to Consumer la empresa podrá tener un vínculo directo con el cliente, de esta manera conocerlo y tratar de satisfacer de mejor manera sus necesidades logrando de esta manera atraer a más cliente, es decir gracias a este modelo se podrá obtener un mercado más grande.

Luego de haber analizado los resultados de la encuesta que se realizó en el estudio de mercado es posible conocer que existe una aceptación casi total por parte de los encuestados para la creación de una tienda de equipos informáticos que cuente con las características que se planea ofrecer en la ciudad de Tulcán, también se puede mencionar que la mayoría coinciden en que actualmente en la ciudad los precios no se ajustan a la realidad del mercado por lo que es evidente que no existe un local que ofrezca productos tecnológicos de calidad y a precios asequibles, por ende la mayoría opta por no adquirir productos tecnológicos dentro de la ciudad generando una demanda insatisfecha a cubrir que de 8273.

En el estudio técnico – administrativo se determinó que la mejor ubicación en la que se puede localizar la empresa es en la Av. Coral y Calle Bolivia que se encuentra porque cuenta con vías de comunicación que permiten mayor flujo tanto de peatones como de vehículos, la seguridad del sector es bastante buena debido a la cercanía de sitios seguros de la policía nacional ya que en el sector existen edificios gubernamentales que cuentan con resguardo policial, además no existen competidores cercanos ubicados en este sector, también es posible conocer la capacidad instalada la cual es de 2080 productos al año de los cuales 312 son de ordenadores personalizados, en su mayoría la cantidad de productos que se puede ofrecer está condicionado del financiamiento y la cantidad de técnicos que elaboren los ordenadores personalizados a la semana.

También fue posible establecer la misión y visión de la empresa, sus valores y políticas, se pudo organizar las áreas de la empresa y sus respectivos responsables mediante un organigrama estructural, dar orden y calidad a las actividades que se van a desarrollar mediante un manual de funciones, por lo que se puede concluir que gracias a estas directrices organizacionales la empresa funcionará de manera correcta.

Gracias al estudio financiero se puede concluir que el proyecto es factible porque presenta valores favorables en los indicadores financieros que se le aplicaron, así tenemos un VAN de \$20610,99 por tanto este indicador al ser mayor a cero indica que el proyecto es rentable, una tasa interna de retorno de 46%, por tanto, al ser mayor que la tasa de descuento se puede concluir la viabilidad del proyecto de inversión, un período de recuperación de 4 años 1 mes y 2 días lo cual está dentro de la vida útil del proyecto y por lo tanto es factible y finalmente en el costo/beneficio muestra que el proyecto por cada dólar invertido se obtiene una rentabilidad

de \$0.08, por tanto el proyecto resulta viable para los inversionistas, todo esto indica que el proyecto generará una aceptable rentabilidad.

Finalmente a partir de la gestión de riesgos se puede concluir que existen ciertos factores asociados al giro del negocio los cuales podrían afectar el correcto funcionamiento del emprendimiento por lo cual es necesario contar con medidas de mitigación de estos para así lograr que el impacto de estos sea mínimo o nulo.

CAPÍTULO IV

4. Validación

4.1. Introducción

La validación de este proyecto incluye la verificación de la confiabilidad a través de evaluación de diferentes indicadores establecidos en una matriz de evaluación. La tutora del proyecto y los docentes oponentes puntúan cada capítulo según el rango de valoración establecido para concluir si el proyecto es factible o no.

4.2. Descripción del estudio

El presente estudio tiene la finalidad de evaluar la fiabilidad del proyecto de emprendimiento dedicado a la comercialización de equipos informáticos en la ciudad de Tulcán, Provincia del Carchi, comprobando si se han cumplido todos los factores para medir su viabilidad y eficiencia de la propuesta planteada a través de la matriz de validación y los indicadores establecidos en la misma.

4.3. Objetivo

Validar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de equipos informáticos en la ciudad de Tulcán mediante la evaluación de los resultados obtenidos y la aplicación de la matriz de validación para determinar el nivel de factibilidad del proyecto.

4.4. Equipo de trabajo

Tabla 85 Equipo de trabajo

Autores	Luis Anderson Fuel Villarreal Diego Iván Freire Escobar
Directora del trabajo de grado	Msc. Sandra Guevara
Docentes expertos en el tema	Msc. Rocío León Msc. Julio Andrade

Elaborado por: Los autores

4.5. Método de verificación

El método de verificación consiste en identificar los indicadores a través de una matriz, los cuales serán sometidos a validación con los resultados determinando el grado de factibilidad con el que cuenta el proyecto.

Tabla 86 Matriz de verificación

N°	VARIABLE	INDICADORES	¿SE VERIFICO?	
			SI	NO
1	DIAGNÓSTICO	¿La problemática está correctamente determinada, justificada y es sustentada por la idea de negocio?	X	
		¿Se logro determinar la situación del macro ambiente y la situación competitiva de la industria correctamente?	X	
		¿La matriz AOOR logra determinar correctamente los factores que afectan positiva y negativamente al negocio?	X	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Las bases teóricas son relevantes para el tema del proyecto?	X	
		¿El tipo de muestreo es acorde al tipo de investigación seleccionado?	X	

N°	VARIABLE	INDICADORES	¿SE VERIFICO?	
			SI	NO
		¿Las técnicas e instrumentos de recolección de datos están apegados a las necesidades de la investigación del proyecto?	X	
3	MODELO DE NEGOCIO	¿El modelo de negocio escogido es adecuado para el mercado al que está enfocado el emprendimiento?	X	
		¿La propuesta de valor está enfocada en satisfacer las necesidades del cliente y es clara y comprensible?	X	
		¿Los elementos esenciales del modelo negocio están bien definidos en el Lienzo Canvas?	X	
		¿El mapa de empatía logra comprender de manera correcta al cliente?	X	
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿Se determino correctamente la demanda insatisfecha de equipos informáticos en la ciudad de Tulcán?	X	
		¿Se identifico de manera acertada la competencia?	X	
		¿Se segmento correctamente el mercado y se reconoció a los clientes potenciales?	X	
		¿La encuesta permite un correcto análisis del mercado para poder introducir el producto de manera exitosa?	X	
5	ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Las variables tomadas en cuenta para la micro y macro localización permiten determinar el lugar adecuada en donde se ubicará el emprendimiento?	X	

N°	VARIABLE	INDICADORES	¿SE VERIFICO?	
			SI	NO
		¿El mapa de procesos describe de manera correcta los procesos presenten en el proyecto?	X	
		¿Los flujogramas permiten conocer el desarrollo de las actividades de los procesos?	X	
		¿La estructura del emprendimiento se identifica claramente en el tipo de organigrama seleccionado?	X	
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Los estados financieros proyectados presentan valores razonables de acuerdo con los datos obtenidos en la investigación?	X	
		¿Los indicadores financieros del proyecto demuestran la viabilidad que tiene el proyecto con respecto a la inversión que se planea realizar?	X	
		¿El estudio financiero ayudó a determinar la factibilidad de la puesta en marcha del emprendimiento?	X	
7	GESTIÓN DE RIESGOS	¿Los criterios utilizados para determinar los riesgos del proyecto concuerdan con la naturaleza de este?	X	
		¿la investigación plantea de manera correcta los riesgos con mayor impacto para el emprendimiento?	X	
		¿Se logro determinar las medidas adecuadas de mitigación para los riesgos identificados durante el desarrollo del proyecto?	X	

Elaborado por: Los autores

4.6. Método de calificación

Para este proceso se utilizará el siguiente método de calificación:

Los indicadores se han ponderado proporcionalmente de manera que sumen 100%, los docentes valorarán cada uno de ellos con puntajes del 1 al 10.

Los resultados se interpretarán multiplicando el porcentaje con la calificación dada por los docentes

4.7. Rango de interpretación

Para una interpretación de manera más clara de la aplicación del manual se establece los siguientes rangos:

Tabla 87 Rango de interpretación

Muy aplicable	75% al 100%
Aplicable	50% al 74%
Poco Aplicable	0% al 49%

Elaborado por: Los autores

$$V = \frac{\text{Calificación obtenida}}{\text{Calificación total}} \times 100$$

4.8. Resultados

Para obtener los resultados de este capítulo se ha considerado la elaboración de una matriz de validación para el modelo de negocio, estudio de mercado, estudio técnico administrativo, estudio financiero y gestión de riesgos en donde se identifica los siguientes indicadores.

Tabla 88 Matriz de validación tutor

N°	Variable	Indicadores	Msc. Sandra Guevara			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La problemática está correctamente determinada, justificada y es sustentada por la idea de negocio?	4,2%	10	0,42	
		¿Se logro determinar la situación del macro ambiente y la situación competitiva de la industria correctamente?	4,2%	9	0,38	
		¿La matriz AOOD logra determinar correctamente los factores que afectan positiva y negativamente al negocio?	4,2%	9	0,38	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Las bases teóricas son relevantes para el tema del proyecto?	4,2%	10	0,42	
		¿El tipo de muestreo es acorde al tipo de investigación seleccionado?	4,2%	10	0,42	
		¿Las técnicas e instrumentos de recolección de datos están apegados a las necesidades de la investigación del proyecto?	4,2%	10	0,42	
3	MODELO DE NEGOCIO	¿El modelo de negocio escogido es adecuado para el mercado al que está enfocado el emprendimiento?	4,2%	10	0,42	
		¿La propuesta de valor está enfocada en satisfacer las necesidades del cliente y es clara y comprensible?	4,2%	10	0,42	
		¿Los elementos esenciales del modelo negocio están bien definidos en el Lienzo Canvas?	4,2%	10	0,42	

N°	Variable	Indicadores	Msc. Sandra Guevara			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
		¿El mapa de empatía logra comprender de manera correcta al cliente?	4,2%	10	0,42	
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿Se determino correctamente la demanda insatisfecha de equipos informáticos en la ciudad de Tulcán?	4,2%	9	0,38	
		¿Se identifico de manera acertada la competencia?	4,2%	9	0,38	
		¿Se segmento correctamente el mercado y se reconoció a los clientes potenciales?	4,2%	10	0,42	
		¿La encuesta permite un correcto análisis del mercado para poder introducir el producto de manera exitosa?	4,2%	10	0,42	
5	ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Las variables tomadas en cuenta para la micro y macro localización permiten determinar el lugar adecuada en donde se ubicará el emprendimiento?	4,2%	10	0,42	
		¿El mapa de procesos describe de manera correcta los procesos presenten en el proyecto?	4,2%	9	0,38	
		¿Los flujogramas permiten conocer el desarrollo de las actividades de los procesos?	4,2%	9	0,38	
		¿La estructura del emprendimiento se identifica claramente en el tipo de organigrama seleccionado?	4,2%	10	0,42	

N°	Variable	Indicadores	Msc. Sandra Guevara			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Los estados financieros proyectados presentan valores razonables de acuerdo con los datos obtenidos en la investigación?	4,2%	9	0,38	
		¿Los indicadores financieros del proyecto demuestran la viabilidad que tiene el proyecto con respecto a la inversión que se planea realizar?	4,2%	9	0,38	
		¿El estudio financiero ayudó a determinar la factibilidad de la puesta en marcha del emprendimiento?	4,2%	9	0,38	
7	GESTIÓN DE RIESGOS	¿Los criterios utilizados para determinar los riesgos del proyecto concuerdan con la naturaleza de este?	4,2%	10	0,42	
		¿La investigación plantea de manera correcta los riesgos con mayor impacto para el emprendimiento?	4,2%	10	0,42	
		¿Se logró determinar las medidas adecuadas de mitigación para los riesgos identificados durante el desarrollo del proyecto?	4,2%	10	0,42	
Resultados			100%	231	9,63	
Fecha			09 junio 2022			
Firma						

Elaborado por: Los autores

Tabla 89 Matriz de validación oponente 1

N°	Variable	Indicadores	Msc. Rocío León			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La problemática está correctamente determinada, justificada y es sustentada por la idea de negocio?	4,2%	10	0,42	
		¿Se logro determinar la situación del macro ambiente y la situación competitiva de la industria correctamente?	4,2%	9	0,38	
		¿La matriz AOOD logra determinar correctamente los factores que afectan positiva y negativamente al negocio?	4,2%	9	0,38	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Las bases teóricas son relevantes para el tema del proyecto?	4,2%	9	0,38	
		¿El tipo de muestreo es acorde al tipo de investigación seleccionado?	4,2%	10	0,42	
		¿Las técnicas e instrumentos de recolección de datos están apegados a las necesidades de la investigación del proyecto?	4,2%	9	0,38	
3	MODELO DE NEGOCIO	¿El modelo de negocio escogido es adecuado para el mercado al que está enfocado el emprendimiento?	4,2%	9	0,38	
		¿La propuesta de valor está enfocada en satisfacer las necesidades del cliente y es clara y comprensible?	4,2%	9	0,38	
		¿Los elementos esenciales del modelo negocio están bien definidos en el Lienzo Canvas?	4,2%	9	0,38	

N°	Variable	Indicadores	Msc. Rocío León			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
		¿El mapa de empatía logra comprender de manera correcta al cliente?	4,2%	9	0,38	
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿Se determino correctamente la demanda insatisfecha de equipos informáticos en la ciudad de Tulcán?	4,2%	9	0,38	
		¿Se identifico de manera acertada la competencia?	4,2%	9	0,38	
		¿Se segmento correctamente el mercado y se reconoció a los clientes potenciales?	4,2%	9	0,38	
		¿La encuesta permite un correcto análisis del mercado para poder introducir el producto de manera exitosa?	4,2%	9	0,38	
5	ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Las variables tomadas en cuenta para la micro y macro localización permiten determinar el lugar adecuada en donde se ubicará el emprendimiento?	4,2%	9	0,38	
		¿El mapa de procesos describe de manera correcta los procesos presenten en el proyecto?	4,2%	10	0,42	
		¿Los flujogramas permiten conocer el desarrollo de las actividades de los procesos?	4,2%	9	0,38	
		¿La estructura del emprendimiento se identifica claramente en el tipo de organigrama seleccionado?	4,2%	9	0,38	

N°	Variable	Indicadores	Msc. Rocío León			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Los estados financieros proyectados presentan valores razonables de acuerdo con los datos obtenidos en la investigación?	4,2%	9	0,38	
		¿Los indicadores financieros del proyecto demuestran la viabilidad que tiene el proyecto con respecto a la inversión que se planea realizar?	4,2%	9	0,38	
		¿El estudio financiero ayudó a determinar la factibilidad de la puesta en marcha del emprendimiento?	4,2%	9	0,38	
7	GESTIÓN DE RIESGOS	¿Los criterios utilizados para determinar los riesgos del proyecto concuerdan con la naturaleza de este?	4,2%	9	0,38	
		¿La investigación plantea de manera correcta los riesgos con mayor impacto para el emprendimiento?	4,2%	9	0,38	
		¿Se logro determinar las medidas adecuadas de mitigación para los riesgos identificados durante el desarrollo del proyecto?	4,2%	9	0,38	
Resultados			100%	219	9,13	
Fecha			09 junio 2022			
Firma						

Elaborado por: Los autores

Tabla 90 Matriz de validación oponente 2

N°	Variable	Indicadores	Msc. Julio Andrade			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La problemática está correctamente determinada, justificada y es sustentada por la idea de negocio?	4,2%	10	0,42	
		¿Se logro determinar la situación del macro ambiente y la situación competitiva de la industria correctamente?	4,2%	9	0,38	
		¿La matriz AOOD logra determinar correctamente los factores que afectan positiva y negativamente al negocio?	4,2%	9	0,38	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Las bases teóricas son relevantes para el tema del proyecto?	4,2%	10	0,42	
		¿El tipo de muestreo es acorde al tipo de investigación seleccionado?	4,2%	9	0,38	
		¿Las técnicas e instrumentos de recolección de datos están apegados a las necesidades de la investigación del proyecto?	4,2%	9	0,38	
3	MODELO DE NEGOCIO	¿El modelo de negocio escogido es adecuado para el mercado al que está enfocado el emprendimiento?	4,2%	10	0,42	
		¿La propuesta de valor está enfocada en satisfacer las necesidades del cliente y es clara y comprensible?	4,2%	10	0,42	
		¿Los elementos esenciales del modelo negocio están bien definidos en el Lienzo Canvas?	4,2%	10	0,42	

		¿El mapa de empatía logra comprender de manera correcta al cliente?	4,2%	10	0,42	
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿Se determino correctamente la demanda insatisfecha de equipos informáticos en la ciudad de Tulcán?	4,2%	9	0,38	
		¿Se identifico de manera acertada la competencia?	4,2%	9	0,38	
		¿Se segmento correctamente el mercado y se reconoció a los clientes potenciales?	4,2%	9	0,38	
		¿La encuesta permite un correcto análisis del mercado para poder introducir el producto de manera exitosa?	4,2%	9	0,38	
5	ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Las variables tomadas en cuenta para la micro y macro localización permiten determinar el lugar adecuada en donde se ubicará el emprendimiento?	4,2%	10	0,42	
		¿El mapa de procesos describe de manera correcta los procesos presenten en el proyecto?	4,2%	9	0,38	
		¿Los flujogramas permiten conocer el desarrollo de las actividades de los procesos?	4,2%	9	0,38	
		¿La estructura del emprendimiento se identifica claramente en el tipo de organigrama seleccionado?	4,2%	10	0,42	
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Los estados financieros proyectados presentan valores razonables de acuerdo con los datos obtenidos en la investigación?	4,2%	9	0,38	

N°	Variable	Indicadores	Msc. Julio Andrade			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Los estados financieros proyectados presentan valores razonables de acuerdo con los datos obtenidos en la investigación?	4,2%	9	0,38	
		¿Los indicadores financieros del proyecto demuestran la viabilidad que tiene el proyecto con respecto a la inversión que se planea realizar?	4,2%	9	0,38	
		¿El estudio financiero ayudó a determinar la factibilidad de la puesta en marcha del emprendimiento?	4,2%	9	0,38	
7	GESTIÓN DE RIESGOS	¿Los criterios utilizados para determinar los riesgos del proyecto concuerdan con la naturaleza de este?	4,2%	10	0,42	
		¿La investigación plantea de manera correcta los riesgos con mayor impacto para el emprendimiento?	4,2%	10	0,42	
		¿Se logro determinar las medidas adecuadas de mitigación para los riesgos identificados durante el desarrollo del proyecto?	4,2%	10	0,42	
Resultados			100%	227	9,47	
Fecha			09 junio 2022			
Firma						

Elaborado por: Los autores

Tabla 91 Resultados totales

Tutores Técnicos	Resultado
Msc. Sandra Guevara	9,63
Msc. Rocío León	9,13
Msc. Julio Andrade	9,47
Promedio Final	9,41

Elaborado por: Los autores

4.9. Análisis:

El Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de equipos informáticos ubicada en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, Ecuador demuestra ser un proyecto muy aplicable de acuerdo con los resultados obtenidos de las matrices de validación evaluadas por la tutora del proyecto y los docentes oponentes, dando como resultado un porcentaje de 9,41% de factibilidad de en base a los criterios de validación establecidos.

CONCLUSIONES

- Mediante el diagnóstico presente en este estudio se pudo evidenciar que existe la necesidad de una empresa dedicada a la comercialización de equipos informáticos de calidad y precios asequibles en la ciudad de Tulcán mediante.
- Se determinó que la población de Tulcán tiene una calidad de vida adecuada la cual le permitirá incurrir en gastos que no estén relacionados con las necesidades básicas por lo que la población de esta ciudad tiene la capacidad económica suficiente para adquirir equipos informáticos.
- Se concluye que en la ciudad de Tulcán existen condiciones propicias para poner en marcha el negocio de comercialización de equipos informáticos “BIG DATA”, debido a que existen servicios básicos en el sector, el sector es transitado concurridamente gracias a las vías de acceso existentes y además es un lugar con un índice de delincuencia por lo que es un lugar seguro para poner un negocio.
- Existen otros negocios dentro de la localidad, no obstante ninguno de estos ofrece productos que sean de calidad sin tener que llegar a inflar excesivamente los precios, dando como resultado que para muchos de los potenciales clientes resulte más atractivo adquirir este tipo de productos en la ciudad fronteriza de Ipiales o mediante envíos desde tiendas online las cuales ofrecen mejores condiciones en cuanto al precio y la calidad de los mismos, por lo cual se hace evidente la necesidad de contar con aliados estratégicos que permitan establecer las condiciones adecuadas para competir tanto en precio como en calidad, y así lograr captar la atención de los potenciales compradores.

- La Fundamentación teórica y metodológica posibilitó que se proporcionaran las pautas necesarias para realizar la investigación, permitiendo que se sustentara correctamente el tipo y método de investigación del proyecto. Además gracias a la investigación realizada de los conceptos se pudo comprender de mejor manera el tema de estudio y realizar un análisis más objetivo de los resultados de la investigación.
- Mediante la aplicación del análisis financiero se logró determinar la factibilidad de la puesta en marcha de una empresa dedicada a la comercialización de productos informáticos en la ciudad de Tulcan, debido principalmente a que los indicadores financieros tales como; el VAN, la TIR, entre otros utilizados para su evaluación, arrojan resultados favorables que permiten demostrar la viabilidad del negocio en la localidad propuesta.
- La validación se llevo a cabo en conformidad a los criterios planteados para lograr así concluir que este proyecto cuenta con los parámetros necesarios para lograr un correcto desenvolvimiento al momento de ponerlo en marcha.

RECOMENDACIONES

- Debido al avance tecnológico es recomendable que un negocio de esta naturaleza presente una constante innovación, por tanto, es necesario, la implementación de nuevas propuestas de valor conforme a las actualizaciones del mundo de la tecnología, esto a fin de mantener la atención de los potenciales clientes.
- Tomar en cuenta los factores políticos y económicos con los que se cuenta al momento de la puesta en marcha de las actividades del negocio, sobre todo los asociados a la condición como ciudad fronteriza y los que se apeguen al concepto de emprendimiento, tales como incentivos de tipo tributario o incentivos económicos y aprovechar estos en la medida de lo posible para lograr un mejor desenvolvimiento dentro del mercado.
- Al momento de la puesta en marcha del emprendimiento es recomendable tomar en cuenta factores imprevistos que puedan afectar al análisis financiero debido a la magnitud del impacto económico relacionado a este, tales como los efectos de la reciente pandemia u otros de similar alcance.
- Se debe tomar en cuenta las sugerencias dentro de la sección de riesgos para lograr mitigar estos de la manera más adecuada, a fin de que no afecten al negocio en ninguna de sus etapas y se mantengan bajo control.

Bibliografía

Barbera, E. B. (2015). Hacia el aula virtual: actividades de enseñanza y aprendizaje en la red.

Revista Iberoamericana de Educación (ISSN: 1681-5653), 36(9), 1-21.

Benalcázar, T. (2018). *Influencia del imperio Inca en los pueblos ecuatorianos*. Quito: García Moreno.

Carrillo, A. (2019). *Cultura y tradiciones*. Quito: Santillana.

Castro, F. (2018). *Ecuador y su diversidad*. Guayaquil: Los Andes.

Constitución. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de

https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Cuesta, M. (2017). *Los videojuegos en el Siglo XX*. Bogotá: Océano.

Díaz, R. (2018). *La Demografía Ecuatoriana: causas y consecuencias*. Cuenca: Robles.

Documentación digital. (2015). *Internet invisible*. Obtenido de Internet invisible:

<https://docudigitalmaster.wordpress.com/modulo-4-bibliotecas-%20digitales/asignaturas-cursadas/internet-invisible/>

Emprendimiento. (21 de Febrero de 2020). *Ley Orgánica de emprendimiento e innovación*.

Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)

[03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)

Estrada, M. (2018). *Historia general del Ecuador*. Quito: Don Bosco.

Ferrell, O. H. (2016). «*Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante*», Cuarta Edición.

New York: Graw-Hill Interamericana.,.

FLACSO. (Julio de 2015). *Los rostros del contrabando-Zona Fronteriza*. Obtenido de Perfil Criminológico:

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7512/2/BFLACSO-PC15.pdf>

- Florencia, G. (2016). *El proceso productivo de las conservas*. Chicago: Moral Politics.
- Fronterizo, L. O. (26 de Noviembre de 2019). *Reglamento de la Ley Organica de Desarrollo Fronterizo*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/REGLAMENTO-DE-LA-LEY-ORGANICA-DE-DESARROLLO.pdf>
- García Dihigo, J. (2016). *Metodología de la investigación para Administradores*. Bogota: Ediciones de la U.
- González, F., & Ganaza, J. (2016). *Principios y Fundamentos de la Gestión de Empresas*. Madrid: Pirámide.
- González, R. (2019). *El plan de negocios empresarial*. México D.F.: Trillas.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación/ Sexta edición*. Mexico DF, Mexico: Interamericana Editores.
- Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación - las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. México: McGRAW-HULL INTERAMERICANA EDITORES S.A de C.V. Obtenido de <https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=>
- INEC. (2010). *Proyecciones Poblacionales*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- INEC. (diciembre de 2014). *Encuesta de Condiciones de vida*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-condiciones-de-vida-ecv/>
- INEC. (4 de Marzo de 2021). *Visualizador de Estadísticas Empresariales*. Obtenido de <https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadisticasEmpresariales/Dportada>

- Langenfeld, K. (2019). *La innovación como factor para el éxito empresarial* . New York : Kindle.
- Macías, D. (2018). *La biodiversidad del Cotopaxi*. Latacunga: Pasochoa.
- Marte Alvarado, Q. (2019). *Investigacion de Mercados*. Santiago de los Caballeros, Republica Dominicana: Universidad Abierta para Adultos (UAPA).
- MINTEL. (9 de Julio de 2013). *Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/logros-de-la-revolucion-tecnologica-en-ecuador-se-destacan-por-el-dia-nacional-de-las-telecomunicaciones-2/>
- MINTEL. (17 de Mayo de 2021). *El MINTEL fortaleció las bases de la transformación y modernización digital del país*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-mintel-fortalecio-las-bases-de-la-transformacion-y-modernizacion-digital-del-pais/>
- Moncada, J. (2016). *Economía y globalización: de menos a más*. Quito: Abya-Yala.
- Munch, L. (2016). *Planeación estratégica: El Rumbo Hacia El Éxito*. Veracruz: Tillas.
- Neill/ Cortez, D. A. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala, Ecuador: Utmach.
- Paulynnice, J. (2019). *From idea to reality: an entrepreneur's guide to meaningful business growth*. París: PAULYNICE CONSULTING GROUP.
- Ramirez, P. (4 de Marzo de 2021). *Trycore* . Obtenido de 12 tendencias tecnológicas y empresariales para 2021:
<https://www.google.com/search?q=12+tendencias+tecnol%C3%B3gicas+y+empresariales+para+2021&oq=12+tendencias+tecnol%C3%B3gicas+y+empresariales+para+2021&aqs=chrome..69i57j69i60.829j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

- Robles, D. (2018). *La creación efectiva de la empresa*. Madrid: Castillo.
- Ron, R., & Sacoto, V. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total. *Revista Espacios*, 15-19.
- Sanchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista de Investigación en Docencia Universitaria*, 7.
- Santos, L., & López, J. (2017). *Innovar en el siglo XXI: capacidades clave e innovación colaborativa*. Oviedo : CONAIS GESTIÓN .
- Torres, D. (2017). *Tradiciones ancestrales del Ecuador*. Quito: Imperio.
- Trias, F. (2017). *El libro negro del emprendedor: No digas que nunca te lo advirtieron*. Barcelona: Empresa Activa.
- Vallejo, J. (Abril de 2019). *Maestro de la Computación*. Obtenido de Lo que necesitas para armar un PC Gamer barato: <https://www.maestrodelacomputacion.net/armar-pc-gamer-barato/>
- Wiggins, G. (2018). *Competencias, un análisis crítico de las competencias basado en la reforma del de la educación superior*. San Francisco.: Jossey-Bass.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

Encuesta dirigida a los potenciales clientes para la creación de una empresa comercializadora de equipos informáticos.

OBJETIVO:

La presente encuesta tiene la finalidad de receptar datos acerca del mercado para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de equipos informáticos ubicada en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, Ecuador.

INSTRUCCIONES:

Por favor lea atentamente las preguntas y marque con una X el o los casilleros que Ud. crea conveniente según cada caso.

DATOS GENERALES:

GÉNERO: M () F ()

EDAD: 20 a 25 () 25 a 35 () 35 a 45 () 45 en adelante ()

OCUPACIÓN: () Estudiante
 () Trabajador Público o privado
 () Quehaceres domésticos
 () Actividad Propia
 () Otros

LUGAR DE
RESIDENCIA: _____

CUESTIONARIO:

- 1. ¿En qué lugar considera Ud. más necesario contar con equipos informáticos ?**
- () Hogar
- () Trabajo
- () Actividades de ocio o entretenimiento

2. ¿Dónde adquiere actualmente productos como computadores, periféricos y repuestos ?

En Tulcán

Otra ciudad _____

3. ¿Cuál de los siguientes equipos informáticos usted compraría o considera más importantes?

Ordenadores de escritorio

Ordenadores portátiles

Dispositivos móviles (tablets, celulares, etc)

Consolas de video juegos

Videojuegos físicos y digitales.

Periféricos de entrada y salida (parlantes, audífonos, micrófonos, etc)

Accesorios para gaming (luces rgb, sillas gamer, etc)

4. ¿Cómo le gustaría que sea su experiencia de compra?

Asesoría personalizada

Con un catálogo de productos

Demostración del producto

Instalación en el domicilio

Compra autónoma

5. Si Ud. cuenta con un computador personal o portátil ¿Qué uso le da actualmente en mayor grado?

Trabajo

Estudio

Centro de Entretenimiento (películas, música, etc)

Gaming

Otros _____

6. En el caso de equipos de escritorio ¿Cuál de estas opciones prefiere?

Comprar un computador pre-ensamblado

Personalizar su computador con las piezas que más se adecuen a sus necesidades

7. **Considerando el avance tecnológico constante y los riesgos de seguridad que conlleva un equipo desactualizado ¿Con que frecuencia considera Ud. que debería cambiar su computador para adecuarse a sus necesidades?**
- Cada año
 - Cada 2 años
 - De 2 a 4 años
 - 4 años en adelante
8. **Si desea adquirir una computadora, un repuesto o cualquier otro dispositivo informático. ¿En qué forma preferiría adquirirlo?**
- En el local comercial
 - En una página web
 - Mediante Redes Sociales
9. **Según las necesidades de su carrera o trabajo ¿Cuál es el precio promedio que Ud. consideraría adecuado pagar por este tipo de productos?**
- Computador de escritorio _____
- Computador portátil: _____
10. **¿Considera que en la ciudad actualmente los precios que se pagan por este tipo de productos se adecúan a la realidad del mercado?**
- Si
 - No
11. **¿Cuál cree que es el mejor medio para conocer una tienda dedicada a la comercialización de Equipos informáticos?**
- Flyers
 - Redes sociales
 - Página Web
 - Local comercial
 - Referencia de amigos
 - Radio y Televisión
 - Otros

12. ¿Qué red social utiliza usted con mayor frecuencia?

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Otra _____

13. ¿Cuál es la promoción de la que más le gustaría beneficiarse al adquirir un producto en una tienda de informática?

- Descuentos
- Regalos por sus Compras
- Soporte técnico gratuito por un año en productos como computadores, impresoras, dispositivos móviles, etc.
- Otros
Especifique: _____

14. ¿Qué opciones de pago le gustaría que se implementaran en nuestro negocio? Seleccione las opciones que usted desee.

- Efectivo
- Tarjeta
- Cheque
- Otros
Especifique: _____

15. ¿Qué aspectos son los que más influyen en su decisión de compra?

- Variedad de productos
- Calidad del servicio al cliente
- Recomendaciones de la gente
- Otros
Especifique: _____

16. ¿Si hoy existiera esta empresa en la ciudad con las características ya expuestas, estaría dispuesto a adquirir equipos informáticos en nuestro local?

- Si
- No

¡Gracias por su colaboración!



