



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

Proyecto de Emprendimiento

“Estudio de factibilidad para la creación de un local de venta y
reparación de equipos tecnológicos en el Cantón
Montecristi”

Proyecto previo a la obtención de grado de:

Licenciado en Administración de Empresas

Autor:

Alvia Parrales Yandry Javier

Tutor:


Ing. Carmen Bayas

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera Administración De Empresas

Manta – Ecuador

2022

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página ii de 72

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

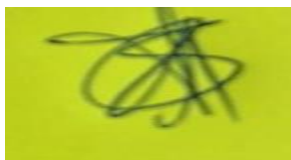
Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas bajo la modalidad de proyecto de emprendimiento, cuyo tema del proyecto es “**Estudio de factibilidad para la creación de un local de venta y reparación de equipos tecnológico en el cantón Montecristi**”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde a el señor **ALVIA PARRALES YANDRY JAVIER**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, periodo académico 2022 (2) quien se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, diciembre de 2022

Lo certifico,



Ing. Carmen bayas Zambrano

Tutora de titulación

INFORME DE URKUND



Document Information

Analyzed document	TESIS FINAL YANDRY JAVIER ALVIA PARRALES.docx (D152058850)
Submitted	12/5/2022 9:04:00 AM
Submitted by	
Submitter email	carmen.bayas@uleam.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	carmen.bayas.uleam@analysis.orkund.com

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema “Estudio de factibilidad para la creación de un local de venta y reparación de equipos tecnológicos en el Cantón Montecristi, elaborado por el egresado Alvia PARRALES Yandry Javier, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la carrera de Administración de Empresas.

Por constancia firman:

Ing. Alcívar Mero María Jessenia

Presidenta del tribunal

Ing. Heredia Coppiano Genesis Estefanía

Miembro del tribunal

Ing. Calderón Zamora Oscar Xavier

Miembro del tribunal

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Alvia PARRALES YANDRY JAVIER, declaro ser el único autor del presente trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de empresas, mismo que lleva por título “Estudio de factibilidad para la creación de un local de venta y reparación de equipos tecnológico en el cantón Montecristi” señalo que todas las ideas planteadas en el presente trabajo de emprendimiento y que aparecen como propias, son de total exclusiva responsabilidad del autor y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que hagan del presente, el uso que estime pertinente.

Manta, 05 de diciembre del 2022

Alvia PARRALES YANDRY JAVIER

Autor

DEDICATORIA

El proyecto de emprendimiento primeramente se lo dedico a Dios por darme fuerza y fortaleza y sobre todo amor para luchar por mis sueños y llegar hasta este momento de mi carrera universitaria como es la culminación de mi carrera como un licenciado en administración de empresa

A mis padres y a mis abuelos, por ser mi apoyo incondicional a lo largo de mi carrera, gracias por su amor y confianza por creer siempre en mi

A mis hermanos que han sido mi apoyo fundamental gracias por estar conmigo en todo momento por ser mi mano derecha y confiar siempre en mí. Que todo lo que me proponga me salga bien.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por haberme otorgado una familia maravillosa, que siempre a creído en mí, enseñándome a valorar todo lo bueno y malo de la vida. A toda mi familia le agradezco siempre por estar conmigo en la realización y culminación de mi tesis de emprendimiento, para la obtención de mi título en administración de empresa porque han fomentado en mí, siempre el deseo de apoyo superación para que triunfe en la vida

También le agradezco a mis padres, Jose y Nancy porque ellos siempre han están conmigo para que yo sea una buena persona, hacía su apoyo incondicional que me han dado desde el día que supieron que vendría a esta vida, por todo ese esfuerzo que me brindan y me han bridado a lo largo de mi vida, por esa confianza que siempre tienen en mí, los sueños que deseo se puedan cumplir. A lo largo de mi vida.

A mis hermanos, Jose y Jorge que siempre confían en mí que nunca han dejado de creer en su hermano que siempre cuando ya no pueda me dice lucha y consigue tus sueños que si puede llegar muy lejos

Le agradezco a mi tutora la Ing. Carmen Bayas Zambrano, por su confianza que ha brindado en mi en cada tutoría con su asesoramiento en el área académica, quien me brindo su tiempo y atención en todo momento, a lo largo de estos dos semestres que ayudo para realizar mi tesis.

Agradezco a mis profesores de la Carrera de Administración por las enseñanzas y conocimiento que han tenido en lo largo de estos 5 años como estudiante siempre me brindaron los mejores conocimientos

INDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN	ii
INFORME DE URKUND	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
INTRODUCCIÓN	xvi
Tema:	xvii
CAPITULO 1	1
1. Descripción de proyecto	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.1. Formulación del proyecto	2
1.2. Objetivo del proyecto	2
1.2.1. Objetivo general	2
1.2.2. Objetivos Específicos	2
1.3. Justificación de proyecto	3
1.3.1. Justificación teórica	3
1.3.2. Justificación practica	3
1.3.3. Justificación metodológica	3
1.4. Delimitación del proyecto	4
1.4.1. Delimitación geográfica	4
1.4.2. Delimitación temporal	4
1.4.3. Delimitación social	4
CAPITULO 2	5
2. Planteamiento estratégico	5

2.1.1.	Misión	5
2.1.2.	Valores empresariales	5
2.1.3.	Análisis interno del proyecto	6
CAPITULO 3		7
3.	Estudio de mercadotecnia	7
3.1.	Análisis externo	7
3.2.	Mercado meta	7
3.3.	Segmento de mercado	8
3.3.1.	Tamaño de la muestra	8
3.3.2.	Interpretación de datos	9
3.4.	Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)	21
3.4.1.	Producto	21
3.4.2.	Slogan	21
3.4.3.	Precio	21
3.4.4.	Promoción	22
3.4.5.	Plaza	22
3.5.	Análisis competitivo (Porter)	22
3.5.1.	Rivalidad entre competidores	22
3.5.2.	Poder de negociación de los proveedores	23
3.5.3.	Poder de negociación de los clientes	23
3.5.4.	Amenaza de nuevos competidores	23
3.5.5.	Amenaza de producto	23
4.	Descripción del producto	24
4.1.	Característica del producto / servicio	24
4.2.	Análisis comparativo con productos similares	24

5.	Estudio técnico	25
5.1.	Descripción de las características de localización del negocio	25
5.2.	Realización de un bosquejo del área de trabajo	26
5.3.	Diagrama de proceso	29
5.4.	Listado de máquinas, equipos y herramientas	30
5.5.	Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo	30
6.	Estudio Organizacional	31
6.1.	Organigrama estructural y funcional	31
6.2.	Funciones según las responsabilidades de cada persona	32
6.3.	Previsión de Recursos Humanos	33
7.	Estudio Legal y societario	35
7.1.	Marco legal	35
7.2.	Requisitos para su legitimidad	36
8.	Estudio económico financiero	38
8.1.	Costo unitario y de producción	38
8.2.	Estructura de costos y gastos	39
8.2.1.	Costos	39
8.3.	Proyección de ventas	41
8.4.	Plan de Inversión	42
8.5.	Líneas de financiamiento	43
8.6.	Flujo de caja proyectado (5 años)	44
8.7.	Estado de resultados proyectados (5 años)	45
8.8.	Estado de situación financiera proyectado (5 años)	46
9.	Evaluación financiera	47
9.1.	VAN	47

9.2.	TIR	48
9.3.	Relación beneficio/costo (RBC)	48
9.4.	Razones financieras	49
9.4.1.	Liquidez	49
9.4.2.	Endeudamiento	49
9.4.3.	Rentabilidad	49
10.1.	Conclusiones	50
10.2.	Recomendaciones	51
10.3.	Bibliografía	52
11.	Anexos	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Tamaño de muestra	8
Tabla 2.- Genero	10
Tabla 3.-Edad	11
Tabla 4.- Usted es	12
Tabla 5.-¿Cuál es su nivel de ingreso?	13
Tabla 6.- ¿Qué tipo de dispositivos tecnológico posee?	14
Tabla 7.-¿Considera usted que es necesario que exista un negocio en los de los Bajos del Pechiche para solucionar y adquirir dispositivo tecnológico?	15
Tabla 8.-¿Usted cada que tiempo compra un dispositivo tecnológico?	16
Tabla 9.-Usted al momento de comprar un dispositivo tecnológico en que se fija	17
Tabla 10.-¿Cuándo su dispositivo tecnológico sufre daño a donde acude?	18
Tabla 11.-¿Si se creara un negocio de venta y reparaciones de dispositivo tecnológico en el cantón Montecristi en el sector los bajos del Pechiche; usted acudiría como su lugar más cercano para reparar o comprar algún dispositivo?	19
Tabla 12.-¿Qué tan interesado estaría usted en adquirir nuestros dispositivos tecnológicos	20
Tabla 13.-Listado de máquina, equipo y herramientas	27
Tabla 14.-Materia prima (dispositivos tecnológicos)	27
Tabla 15.- Funciones de cada persona	29
Tabla 16.- Sueldos empleados primer año	31
Tabla 17.- Sueldos empleados segundo año	31
Tabla 18.- Costo Unitario	35
Tabla 19.- Materia Prima	36
Tabla 20.- Servicios básicos	36
Tabla 21.- Costos de mantenimiento	37
Tabla 22.- Materiales de limpieza	37
Tabla 23.- Gastos generales	37
Tabla 24.- Gastos materiales de computación	37
Tabla 25.- Gastos de seguros	38
Tabla 26.- Gastos de publicidad y marketing	38
Tabla 27.- Mercado meta	38

Tabla 28.- Proyección de ingresos	39
Tabla 29.- Plan de inversión	40
Tabla 30.- Líneas de financiamiento	40
Tabla 31.- Líneas de financiamiento	40
Tabla 32.- Flujo de caja proyectado	41
Tabla 33.- Estado de resultados	42
Tabla 34.- Estado de situación financiera	43
Tabla 35.- Valor Actual Neto	44
Tabla 35.- Valor Actual Neto	45

INDICÉ DE GRÁFICOS

Gráfico 1.-Representación porcentual pregunta .1 Encuesta	10
Gráfico 2.-Representación porcentual pregunta .2 Encuesta	11
Gráfico 4.- Representación porcentual pregunta .3 Encuesta	12
Gráfico 4.-Representación porcentual pregunta .4 Encuesta	13
Gráfico 5.-Representación porcentual pregunta .5 Encuesta	14
Gráfico 6.-Representación porcentual pregunta .6 Encuesta	15
Gráfico 7.-Representación porcentual pregunta .7 Encuesta	16
Gráfico 8.-Representación porcentual pregunta .8 Encuesta	17
Gráfico 9.-Representación porcentual pregunta .9 Encuesta	18
Gráfico 10.-Representación porcentual pregunta .10 Encuesta	19
<i>Gráfico 11: Representación porcentual pregunta .11 Encuesta</i>	20

INDICÉ DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Producto	21
Ilustración 2 Mapa de la ubicación del terreno donde se ubicará el negocio	26
Ilustración 3 Mapa del sector específico del negocio	27
Ilustración 4 Mapa del cantón donde se ubicará el negocio	27
Ilustración 5 Plano del negocio de equipos tecnológico “Tecnología Alvia”	28
Ilustración 6 Diagrama de proceso	29
Ilustración 7 Organigrama estructural	31

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es el estudio de factibilidad para la creación de un local de venta de equipos tecnológico. Esta idea de crear un local de ventas de estas características se basa explicando distintas teorías que me permitirán a través de la investigación evidenciar una necesidad en el cantón Montecristi sector Bajos del Pechiche.

Estamos en la era de la tercera globalización tecnológica es un fenómeno que ha permitido el continuo desarrollo de los países en el mundo, ayudando a distinta interconexión cultural, económica y social que permite a la tecnología en su conjunto generar conocimientos que se aplican de manera ordenada para alcanzar un determinado objetivo o resolver un problema. También la tecnología es una respuesta al deseo del hombre de transformar el medio y mejorar su calidad de vida.

La tecnología aporta de manera importante en la economía debido que la innovación tecnológica ha sido muy útil para alcanzar mayor competitividad en el sector empresarial internacional, permitiendo en la actualidad tener un mayor impacto en el aumento de la competitividad de los países que permiten un aprendizaje más interactivo y participativo, favoreciendo el trabajo colaborativo en las aulas virtuales abriendo la posibilidad de aprender a distancia y en diferentes contextos y adaptándose a horarios. Además, hace posible que los alumnos lleven un ritmo más personalizado según sus necesidades.

La idea de desarrollar de un local de venta de equipos tecnológicos al servicio de la comunidad del sector de los bajos del pechiche permite solucionar una necesidad de atención de soluciones tecnológicas y ventas de dispositivos generando economía y además evitando el desplazamiento de los habitantes de este sector.

Tema:

“Estudio de factibilidad para la creación de un local de venta y reparación de equipos tecnológico en el Cantón Montecristi”

CAPITULO 1

1. Descripción de proyecto

1.1. Planteamiento del problema

El desarrollo que han tenido los equipos tecnológicos ha ido evolucionando en el transcurso del tiempo permitiendo a las personas comunicarse, trabajar, estudiar, socializar a través de los medios digitales.

Es por lo que surgió la interrogante para formular la siguiente pregunta: ¿De qué manera influye el uso que se da a los dispositivos tecnológicos en el desarrollo del cantón?

La dinámica económica que vive Ecuador ha generado que no exista financiamiento para las microempresas y esto dificulta el desarrollo de negocio.

Para desarrollar esta propuesta se debe generar estrategia donde el problema por la falta de recursos financiero que tienen los dueños al momento de crear dicho negocio para poder ponerlo en marcha que es muy común también, otro factor que se debe tomar en cuenta es la parte económica de las familias que no pueden comprar un dispositivo tecnológico dentro de sus hogares, pero también es muy común encontrarse con este tipo de inconvenientes.

Los dispositivos tecnológicos en la actualidad son uno de los equipos más utilizados por las ser humanos ya que es un medio que sirve de solución laboral y personal de las tareas cotidianas a través de un sistema de información, almacenado la información conocida como la base de datos que se concebida la importancia de la tecnología.

Las necesidades del uso de los dispositivos tecnológico en los hogares del cantón Montecristi la tecnología como es el caso del desarrollo de este negocio en el mercado tecnológico de Montecristi ha hecho que exista un alto uso de aparato tecnológico

1.1.1. Formulación del proyecto

¿Es factible la creación de una empresa dedicada a ofrecer la venta y reparaciones de equipo tecnológico a ubicarse en el cantón Montecristi, sector Bajos de Pechiche?

1.2. Objetivo del proyecto

1.2.1. Objetivo general

Analizar la factibilidad para la creación de un local que ofrece servicio de venta y reparaciones de equipo tecnológicos en el cantón Montecristi, sector los Bajos del Pechiche.

1.2.2. Objetivos Específicos

1. Realizar un estudio de mercado para la creación de un local de ventas y reparación de equipos tecnológicos dedicado a la venta de equipos tecnológico ubicarse en el cantón Montecristi, sector los Bajos del Pechiche.
2. Desarrollar la estructura organizacional del emprendimiento de venta y reparación a ubicarse en el cantón Montecristi, sector los Bajos del Pechiche.
3. Realizar un estudio financiero para evaluar los factores económicos que sustente la creación de nuestro local de venta y reparación de equipo tecnológicos a ubicarse en el cantón Montecristi, sector los Bajos del Pechiche.

1.3. Justificación de proyecto

1.3.1. Justificación teórica

Este trabajo de investigación de modalidad emprendimiento para la creación de un local dedicado a la de venta y reparación de equipo tecnológico en el cantón Montecristi es realizado aplicando todos los conocimientos adquiridos en cada etapa de desarrollo profesional a lo largo de la carrera de administración de empresas, utilizando las diferentes teorías en cuanto a la investigación, análisis de mercado, metodología de investigación, contabilidad general, contabilidad de costos, planificación estratégica, administración de negocios, de producción y financiera y presupuesto, logística etc.

1.3.2. Justificación practica

Un local dedicado a ofrecer este tipo de servicios que tiene como fin ayudar al cliente que adquieren un equipo tecnológico en la actualidad

El presente emprendimiento pretende dar a conocer sus diferentes las venta y servicio que se va a dar, esta manera lograr mantener un balance entre el cuidado de los equipos tecnológicos, en el cantón Montecristi, sector los Bajos del Pechiche que se brindará fuentes de trabajo para la ciudadanía, de tal forma que puedan generar ingresos y por ende mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

Se realizada la investigación a través de una serie de procedimientos, desde el estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero para analizar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la venta de equipos tecnológicos en el cantón Montecristi, sector los Bajos del Pechiche

1.3.3. Justificación metodológica

En este proyecto de emprendimiento se desarrollará el estudio de factibilidad en la creación de un local dedicado a un local de venta de equipo tecnológico en el cantón Montecristi, sector los Bajos del Pechiche se utilizará una metodología cuantitativa puesto que se aplicarán fórmulas, cálculos estadísticos para determinar el nivel de factibilidad en cuanto al tema económico financiero del proyecto.

Donde también se elaborada y realizada una investigación de campo mediante encuesta que se aplicaran a las personas del Cantón Montecristi sobre el emprendimiento que se podrá en marcha sobre la venta y reparación de equipos tecnológico, y que a la vez servirá como estudio de mercado, pues esta permitirá la recolección de datos e información proporcionada directamente de la realidad para estudiar el nivel de aceptación de los ciudadanos.

1.4.Delimitación del proyecto

1.4.1. Delimitación geográfica

El presente proyecto de emprendimiento se desarrollada en la provincia de Manabí, exactamente en los bajos del pechiche del cantón Montecristi

1.4.2. Delimitación temporal

Este proyecto de emprendimiento tiene una duración, durante 8 meses, que empezará en el mes de abril y culminará en el mes de diciembre.

1.4.3. Delimitación social

El presente proyecto de emprendimiento está orientado a las familias montecristenses quienes posean un equipo tecnológico.

CAPITULO 2

2. Planteamiento estratégico

2.1.1. Misión

Ser un local de venta y reparaciones de equipos tecnológico, que se brinde un buen servicio a nuestros clientes de una manera sencilla y convincente para convertirse en su cómplice de confianza.

Dentro de cinco años ser reconocidos a nivel provincial, como el mejor local en ofrecer reparación y equipos tecnológicos.

2.1.2. Valores empresariales

1. Compromiso

Tener el mayor compromiso hacia nuestro cliente para brindarle un servicio de la venta de equipos tecnológicos que promueva el enriquecimiento, en el que se valoren y respeten todas las opiniones e ideas que dan los clientes,

2. Vocación

Nuestra mayor vocación que tendrá nuestro negocio es ayudar las tomas de decisiones cuando nuestros clientes se enfrentan a desafíos tecnológicos, y la confianza en la organización. Por lo que está en el tanto de cumplir con los requerimientos a sus solicitudes de la persona que adquiera un producto o el servicio de reparación de equipos tecnológicos

3. Pasión

La pasión es muy fundamental que tenga el gerente hacia sus empleados y los empleados con sus clientes ya que anhelamos un local con energía coordinada a los clientes, que se vaya en base a lo que cada persona le gusta.

4. Honestidad

La honestidad juega un papel muy fundamental dentro de un negocio Con principios de, honradez e integridad en nuestro trato diario, empezando por el personal del negocio y así mismos

5. Sencillez

Debemos tener a cabo una buena sencillez en nuestro negocio para que las cosas salga como uno lo espera y enfrentado a retos que debemos tomar la solución más adecuada que debemos tener es la sencillez que es fundamental en nuestro negocio

2.1.3. Análisis interno del proyecto

FORTALEZAS

- Aplicar adecuada y eficazmente sus estrategias y técnicas de marketing.
- Personal capacitado
- Que sus productos ofrezcan un nivel de calidad superior y diferenciado.
- Lealtad a su cliente
- Capacidad financiera
- Buen nivel de organización
- Alta demanda de producto
- Tendencia de crecimiento

DEBILIDADES

- El incumplimiento podría verse afectado el tiempo no establecido
- Falta de capital
- Falta de una adecuada campaña publicitaria
- Bajo nivel de estudio de mercado
- Falta de estrategia en la estructura organizacional

CAPITULO 3

3. Estudio de mercadotecnia

Según el autor Bloom (2004). Nos dice que el estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización". Se utiliza un tipo de investigación descriptiva, puesto que se desea conocer la demanda del servicio y la aceptación del mercado.

3.1. Análisis externo

Oportunidades

- Alto crecimiento
- Disminución de precio
- Nuevos segmentos de mercado
- Genera fuentes de trabajo
- Poca competencia actual
- Gran potencial
- Crecimiento de ingresos dentro del país.

Amenazas

- Nuevos competidores
- Costos en materiales y equipamiento.
- Competencia dentro de la comunidad
- Ausencia de crédito

3.2. Mercado meta

Son todas las personas que desea un producto de muy buena calidad que estará ubicado en el cantón Montecristi de la comunidad Bajo del Pechiche

3.3. Segmento de mercado

En el presente emprendimiento como es la venta y reparación de equipos tecnológicos, donde se procede a trabajar de la siguiente forma para conocer y analizar a que mercado se puede ingresar, por lo tanto, se realiza una encuesta que está dirigida a la población de los habitantes del cantón Montecristi

Para efecto de estudio se tomarán los datos del INEC 2020, en cuanto al número de población que cuenta el cantón Montecristi es 107.785 habitantes.

3.3.1. Tamaño de la muestra

Para poder realizar el tamaño de la muestra se procede a tomar del total de habitantes que tiene el Cantón Montecristi

Tabla 1.- Tamaño de muestra

N	107.785	Tamaño de la población
σ	0,5	Desviación Estándar de la población
Z	95%	Nivel de confianza
e	5%	Limite aceptable de error muestral

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)^2 (107.785)}{(0,05)^2 (107.785 - 1) + (1,96)^2 (0,5)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(107.785)}{(0,0025)(107.784) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{103.514.02}{269,46 + 0,9604}$$

$$n = \frac{103.514,02}{270,42}$$

$$n = 382.79 \approx 383$$

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El autor

Una vez realizado el cálculo de la muestra se obtuvo un número de 383 encuestas a aplicar a los pobladores del cantón Montecristi.

3.3.2. Interpretación de datos

Una vez realizada la encuesta se procede a llevar a cabo la interpretación y análisis de los resultados obtenidos mediante la encuesta donde lo que permitirá identificar el grado de aceptación del público y otras variables que se realizará a continuación

Pregunta 1

Tabla 2.- Genero

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	%
● Masculino	167	43.7%
● Femenino	216	56.3%

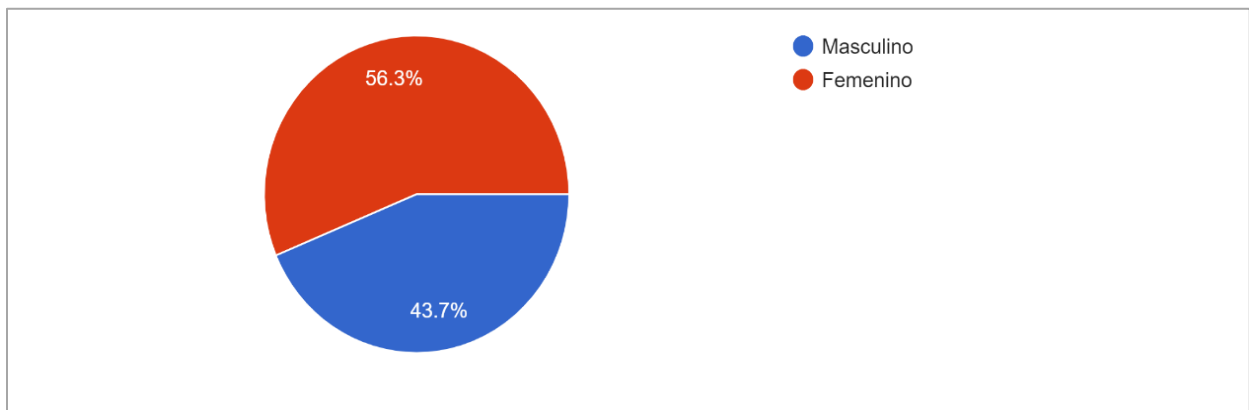


Gráfico 1.-Representación porcentual pregunta .1 Encuesta

Elaborado por: Yandry Alvia

Análisis: Del total de datos obtenidos del 100% de la encuesta se observó que el 56.3% de las personas encuestadas son de sexo femenino, mientras que el 43.7% son de sexo masculino. Lo que significa que hay una mayor población de mujeres que adquiriría nuestro producto y servicio como es la reparación de dispositivos tecnológicos a ubicarse en Montecristi sector los Bajos del Pechiche.

Pregunta 2.

Tabla 3.-Edad

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
• Menor de 18 años	23	6%
• 18 a 30 años	187	48.7%
• 31 a 50 años	138	36.1%
• Más de 50 años	35	9.25%

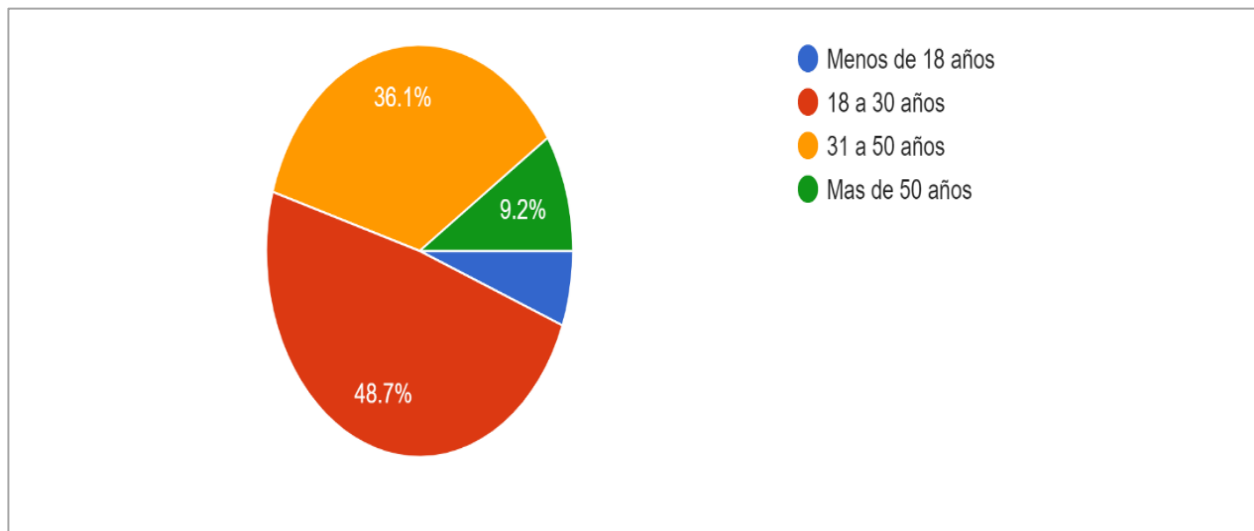


Gráfico 2.-Representación porcentual pregunta .2 Encuesta

Elaborado por: Yandry Alvia

Análisis: El total de 100% personas encuesta indican que 6% corresponde a personas menores de 18 años, el 48.7% corresponde a personas en un rango de 18 a 30 años, el 36.1% que corresponde a un rango edad de 31 a 50 años y finalmente con el 9.2% con un total de 35 personas encuestada con un rango de edad mayor de 50 años lo que nos indica que la población de edad de 18 a 50 años es la más interesada en adquirir nuestros dispositivos tecnológicos.

Pregunta 3.

Tabla 4.- Usted es

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
● Estudiante	51	13.4%
● Profesional	87	22.7%
● Ama de casa	119	31.1%
● Empleado publico	110	28.6%
● Empleado privado	16	4.2%

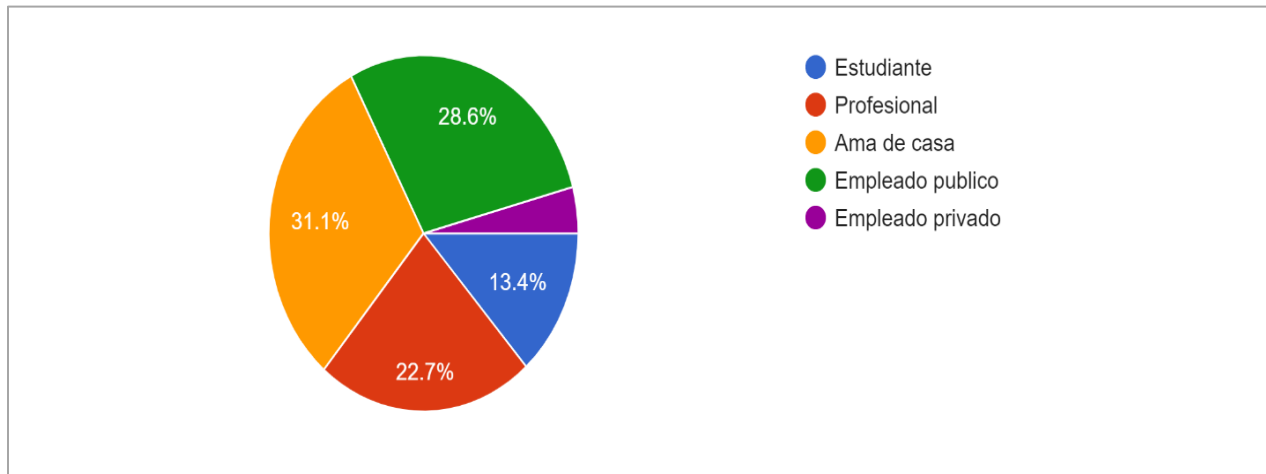


Gráfico 4.- Representación porcentual pregunta .3 Encuesta

Elaborado por: Yandry Alvia

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos de la persona encuestada, el 13.4% son estudiante el 22.7% profesionales, el 31.1% de personas encuestada son ama de casa, mientras el 28.6% son empleados públicos y finalmente el 4.3% son empleado privado. Se da a conocer que hay un mayor rango de 31.1% de la persona que son profesionales que tienen mayor posibilidad de adquirir nuestros dispositivos

Pregunta 4

Tabla 5.- ¿Cuál es su nivel de ingreso?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
● Sin ingreso propio	62	16%
● Menos de \$400	35	9.2%
● \$400,1 -\$ 1000	177	46.2%
● \$1000,1-\$2000	83	21.8%
● \$2000,1-\$3000	16	4.2%
● Mas de \$3000	10	2.5%

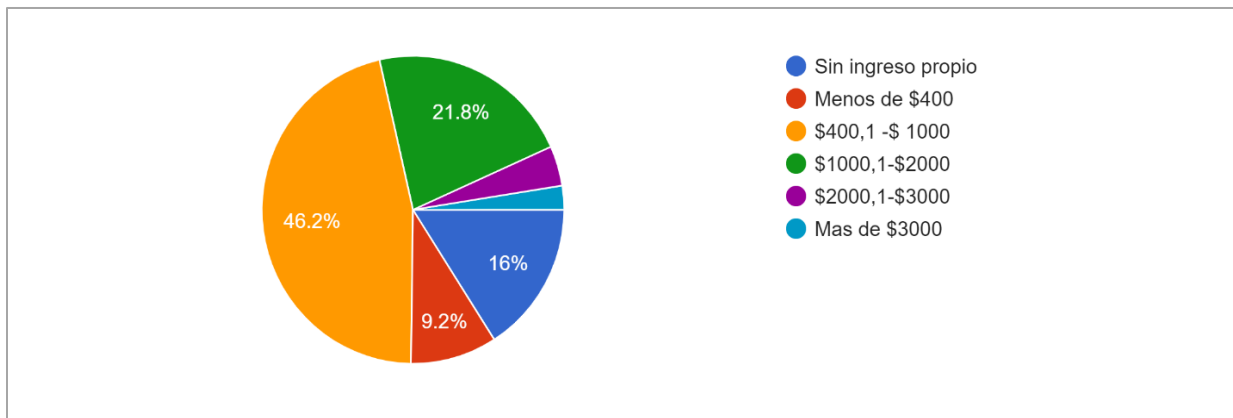


Gráfico 4.-Representación porcentual pregunta .4 Encuesta

Elaborado por: Yandry Alvia

Análisis: A través de la encuestada se obtiene los datos del nivel de ingreso de cada persona donde se indica que el 16% de persona no cuenta con un ingreso fijo, el 9.2% tiene un ingreso menor de 400 dólares, el 46.2% tienen un ingreso entre \$400,1 -\$ 1000, el 21.6% tienen ingreso de \$1000,1-\$2000, el 4.2% tienen un ingreso mensual de \$2000,1-\$3000 y finalmente el 2.5% tienen un ingreso de más de \$3000 dólares mensuales, Lo que nos indica que los productos y servicios que se van a ofrecer en el local de dispositivos deben adaptarse según el ingreso que tienen las personas.

Pregunta 5.

Tabla 6.- ¿Qué tipo de dispositivos tecnológico posee?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Computadora	74	19.3%
Tablet	13	3.4%
Teléfono	296	77.3%
Otro	0	0%

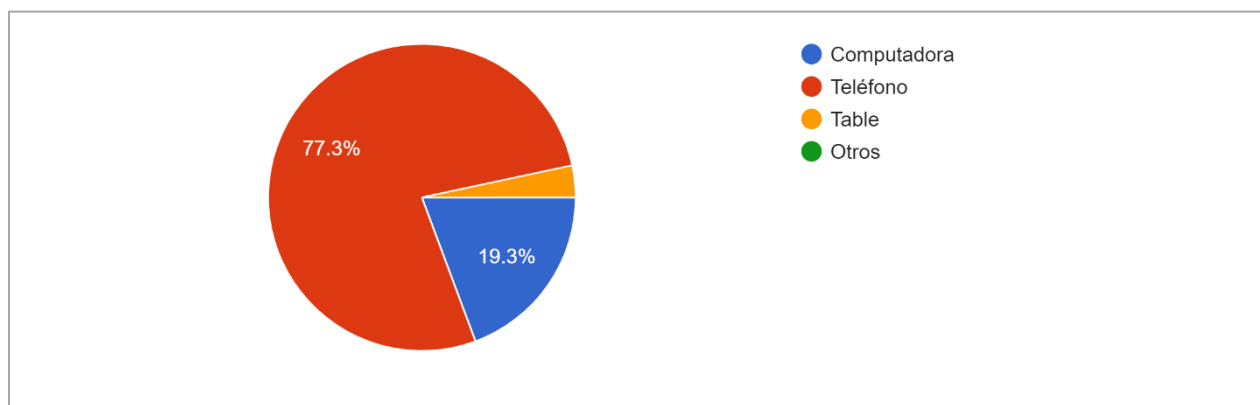


Gráfico 5.-Representación porcentual pregunta .5 Encuesta

Elaborado por: Yandry Alvia

Análisis: Con base a la encuesta realizada las persona contestando que tipo de dispositivo cuenta ahora el 77.3% personas encuestadas dijeron que utilizan teléfono mientras que el 19.3% utilizan computadora el, 3.4% utilizan table y finalmente el 0% utilizan otros, como se puede observar las 383 personas que encuesta hay un rango de un porcentaje de 77.3 persona utilizan teléfono que es muy rentable vende este tipo de dispositivo en este negocio

Pregunta 6

Tabla 7.- ¿Considera usted que es necesario que exista un negocio en los de los Bajos del Pechiche para solucionar y adquirir dispositivo tecnológico?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Si	383	100%
No	0	0%

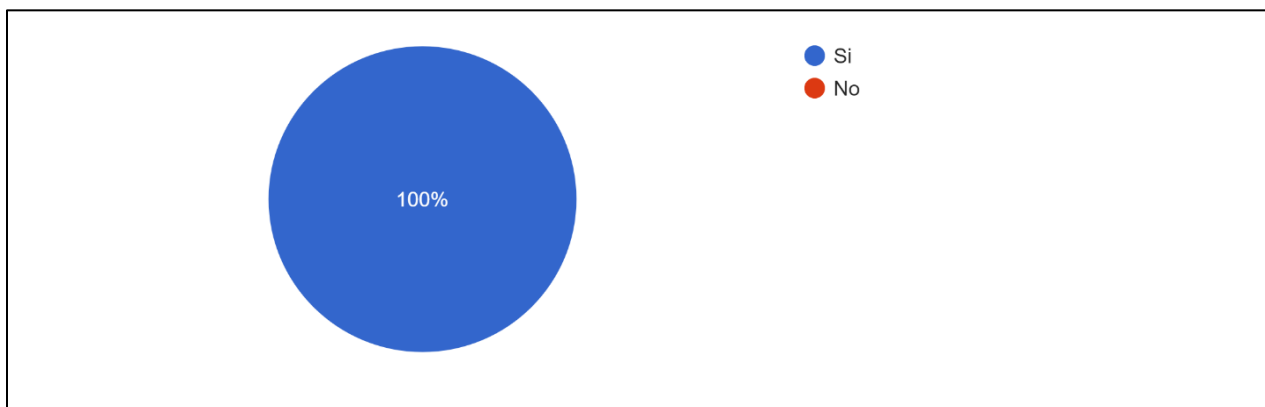


Gráfico 6.-Representación porcentual pregunta .6 Encuesta

Elaborado por: Yandry Alvia

Análisis: De acuerdo con los datos encuestado con un total de 100%, dijeron que es necesario la creación de un local de dispositivos lo cual demuestra que es rentable invertir en este tipo de negocios, es una alternativa muy buena poner este tipo de negocio para tener buena rentabilidad económica y experimentar experiencia del dueño hacia los clientes

Pregunta 7

Tabla 8.- ¿Usted cada que tiempo compra un dispositivo tecnológico?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Cada 6 meses	10	2.6%
Cada 1 año	90	23.5%
Cada 3 años	283	73.9%
Cada 6 años	0	0%

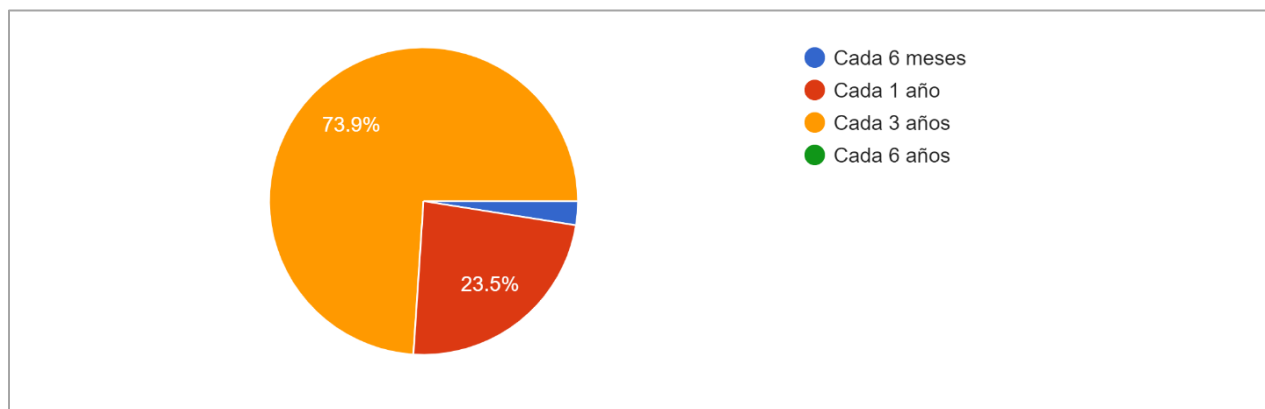


Gráfico 7.-Representación porcentual pregunta .6 Encuesta

Elaborado por: Yandry Alvia

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos en las encuestada nos indica en que tiempo una persona compra un dispositivo con el 2.6% dijeron que compra un dispositivo a cada 6 meses el 23.5% compra un dispositivo a cada 1 año el 73.9% persona encuestada dijeron que ellos compran a cada 3 años y finalmente con el 0% no compra dispositivos. Según lo obtenido se puede decir que el rango de la persona que más compran dispositivos son las persona de cada 3 años que adquiriría nuestros dispositivos.

Pregunta 8

Tabla 9.-Usted al momento de comprar un dispositivo tecnológico en que se fija

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
● Precio	267	69.7%
● Moda	35	9.2%
● Calidad	81	21%
● Otros	0	0%

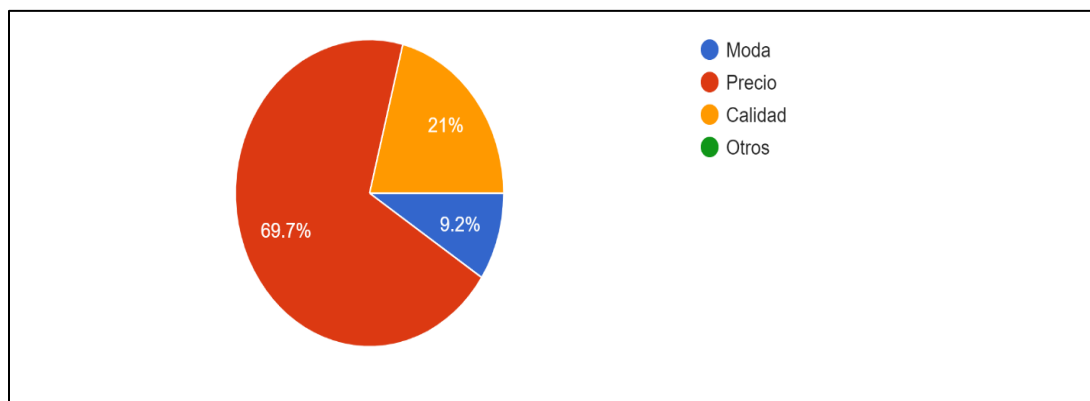


Gráfico 8.-Representación porcentual pregunta .8 Encuesta

Elaborado por: Yandry Alvia

Análisis: De acuerdo con la información obtenida por la muestra encuestada el factor por el cual la persona es por el precio así lo dicen 267 personas que corresponden al 69.7% de los encuestados, por la calidad esto corresponde a 81 personas, el 9.2% con 35 personas se fijan en la moda cada uno corresponde a aspecto en que se fija en comprar este producto y la personalidad de cada persona del producto

Pregunta 9.

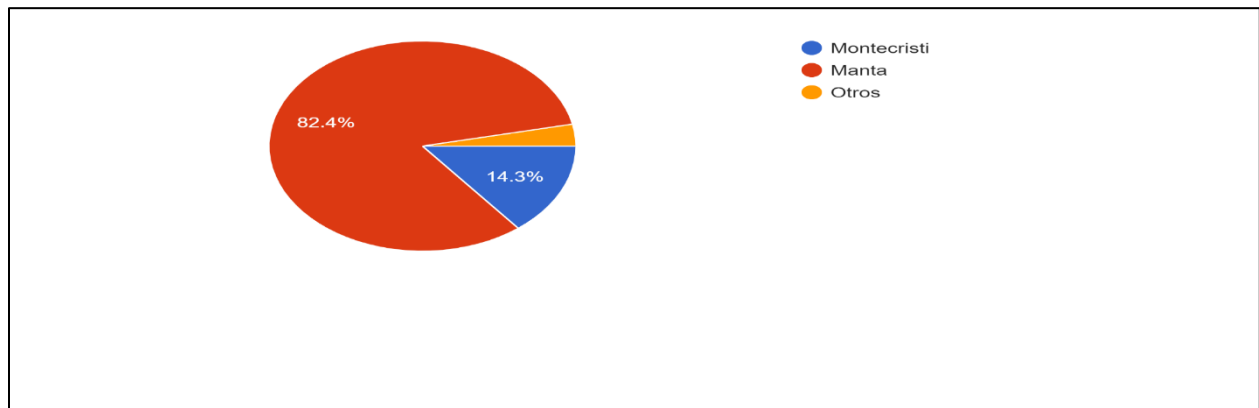
ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Manta	316	82.4%
Montecristi	55	14.3%
Otros	12	3.3%

Tabla 10.- ¿Cuándo su dispositivo tecnológico sufre daño a donde acude?

Representación porcentual pregunta .9 Encuesta

Elaborado por: Yandry Alvia

Análisis: Con base en la encuesta y la respuesta obtenida de esta pregunta el 82.4% acuden



a reparar su dispositivo a la ciudad de manta el 14.3% acude a Montecristi y finalmente con el 3.3% reparan sus dispositivos en otro lugar. Finalmente se puede observar que sería una buena alternativa poner este negocio en los Bajos del Pechiche para adquirir y reparar un dispositivo tecnológico

Pregunta 10.

Tabla 11.- ¿Si se creara un negocio de venta y reparaciones de dispositivo tecnológico en el cantón Montecristi en el sector los bajos del Pechiche; usted acudiría como su lugar más cercano para reparar o comprar algún dispositivo?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
● Si	380	99.2%
● No	3	0.8%

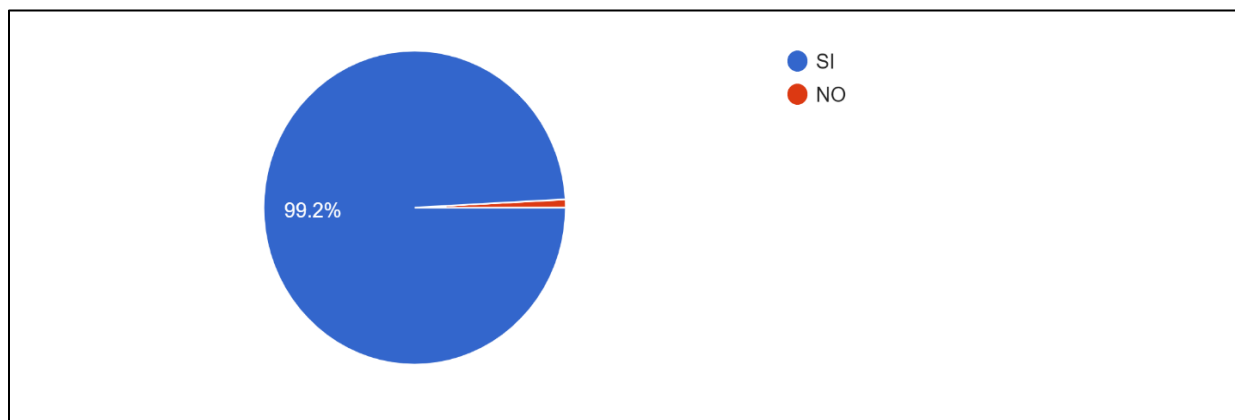


Gráfico 10.-Representación porcentual pregunta .10 Encuesta

Elaborado por: Yandry Alvia

Análisis: En base a la encuesta, se da a conocer que con el 99.2% indicado que prefiere un lugar más cercano de venta y reparaciones de dispositivo tecnológico lo cual se demuestra que si es una alternativa muy buena para el cliente que acudan a este negocio están dispuestos a asistir a nuestro negocio con el fin de comprar y reparar un producto.

Pregunta 11

Tabla 12.- ¿Qué tan interesado estaría usted en adquirir nuestros dispositivos tecnológicos

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
● Muy interesado	383	100%
● Nada interesado	0	0%

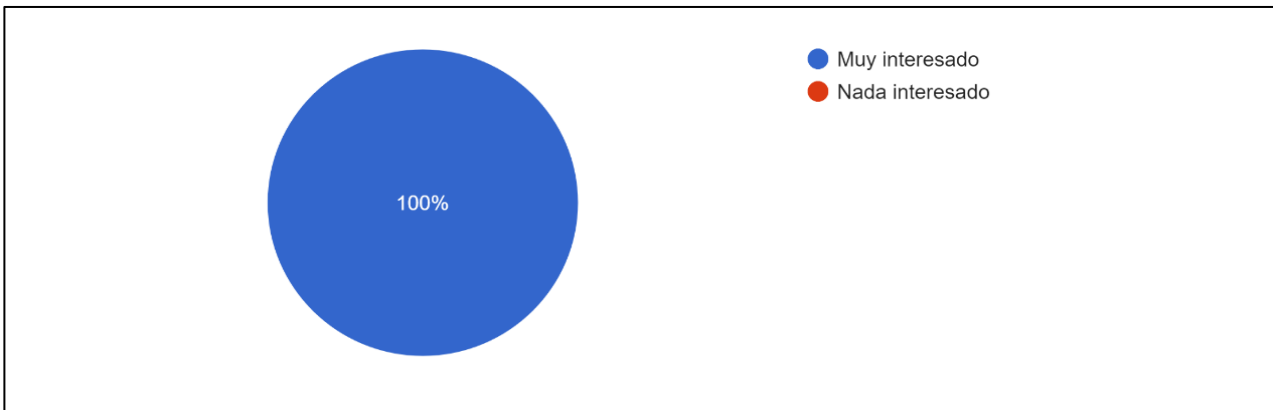


Gráfico 11: Representación porcentual pregunta .10 Encuesta

Elaborado por: Yandry Alvia

Análisis: Según los datos obtenidos, en la encuesta se da conocer que con el 100% de las personas encuestada dijeron que si interesado estaría usted en adquirir nuestros dispositivos tecnológicos. Se puede diferencia que la población si está muy interesado en adquirir nuestro ya que sería muy bueno.

3.4. Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)

El marketing mix se la define como la mezcla o combinación de factores operativos de una organización o empresa para llegar a su público y alcanzar los intereses planteados (Fernández, 2015)

3.4.1. Producto

El presente emprendimiento, dirigido a la creación de un local de venta y reparación de equipos tecnológicos para los habitantes del cantón Montecristi, sector los Bajos del Pechiche. Este local que ofrecerá ventas y reparaciones de equipos tecnológico contará con los mejores productos para satisfacer las necesidades y ofrecer ofertas que nos generen rendimiento económico y satisfacción al dueño del negocio y el cliente



Ilustración 1 Producto

Elaborado por: Alvia PARRALES YANDRY

3.4.2. Slogan

“INNOVACIÓN DE HOY, PARA EL ÉXITO DEL MAÑANA”

3.4.3. Precio

El precio juega un papel muy fundamenta ya que es una de las variables más importantes en el proyecto pues se debe fijar un costo que esté al alcance del cliente, y que beneficie a el local, de tal forma que este no pierda su competitividad ni su calidad.

3.4.4. Promoción

Es una variable muy importante que a través de ella se da a conocer los mejores promociones que tendrá nuestro local de reparación y venta de equipos tecnológicos a ofrecerse en nuestro negocio que, por lo tanto, los medios a utilizar para promocionar los equipos tecnológicos que se ofertarán mediante volantes, pancartas, anuncios y redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter entre otros; además se creará una página web donde se dará a conocer las promociones y descuentos en los distintos dispositivos tecnológicos.

3.4.5. Plaza

Es de gran importancia que la venta y reparación de equipo tecnológicos se ubique en un punto estratégico, de tal forma que pueda ser visto por la ciudadanía en general y que estos puedan difundir de manera rápida la información de la venta de dispositivos, que se va a ofrecer y generar un alto grado de cobertura tanto para la ciudad como el país hacia el cliente que adquieran un producto de dicha calidad.

El local de venta y reparación de equipo tecnológico se ubica en un lugar estratégico donde existe afluencia y movimiento de cliente que esté interesado ingresar a este negocio y comprar y reparar equipos tecnológicos.

3.5. Análisis competitivo (Porter)

Las 5 Fuerzas de Porter es un diagrama estratégico muy utilizado en el sector empresarial para analizar las fuerzas competitivas de una empresa. De este modo, se aprovechan las oportunidades actuales del mercado y, al mismo tiempo se disminuyen las posibles amenazas a continuación, se describirá las 5 fuerza de (PORTER)

3.5.1. Rivalidad entre competidores

Al ingresar al mercado muchas veces se ve dificultado por que la rivalidad va en aumento a medida que aparecen nuevos competidores. El mercado muchas veces se ve dificultado por el alto porcentaje que buscan convertirse en el número uno en lo que ofrecen.

Actualmente se ve reflejado la rivalidad entre competidores donde se establecerán estrategias para llevar a cabo nuestro negocio aumenta si los competidores son muchos, están muy bien posicionados o tienen costes fijos, entre otros factores.

3.5.2. Poder de negociación de los proveedores

Al ser un mercado en la comunidad los Bajos del Pechiche que ofrezca la venta y reparación de equipo tecnológico se busca con el presente emprendimiento obtener mayor capacidad adquisitiva de clientes y proveedores. Se tiene una amplia posibilidad de negociación, ya que al existir esta posibilidad se puede concebir la negociación de acuerdo con la calidad, menores precios, y rapidez de respuesta con la que los proveedores se manejen.

Al no tener en el mercado del sector los Bajos del Pechiche que ofrezcan este tipo de negocio a la ciudadanía para adquirir dichos dispositivos se busca con el presente emprendimiento obtener mayor capacidad adquisitiva de clientes y proveedores. Se tiene una amplia posibilidad de negociación, ya que al existir esta posibilidad se puede concebir la negociación de acuerdo con la calidad, menores precios, y rapidez de respuesta con la que los proveedores se manejen.

3.5.3. Poder de negociación de los clientes

El objetivo de este negocio es ofrece al cliente los mejores dispositivos tecnológico y reparaciones y que mejor forma de presentarle este producto y darle alternativas buenas ya sea la variedad de precio, oferta y una buena atención al cliente

3.5.4. Amenaza de nuevos competidores

Es inevitable que existan amenazas en cuanto al ingreso de nuevos locales en el mercado que se dediquen a ofrecer este tipo de venta de dispositivos tecnológico, por lo que se tiene un nivel bajo en el mercado de este negocio y el riesgo a que este conlleva; de tal forma que el ingreso de nuevos competidores es muy bajo se debe tomar en cuenta las estrategias de mercado para así siempre ser un local que ofrezca buenos dispositivos a la venta.

3.5.5. Amenaza de producto

Se encuentran en un nivel bajo ya que en el mercado del sector los Bajos del Pechiche no existe aún este tipo de negocio de un local de venta dispositivos tecnológicos, por lo que, es importante destacar lo que ofrecerá este emprendimiento ya que el público se beneficiará de varios servicios

4. Descripción del producto

4.1. Característica del producto / servicio

- Local dedicado a la venta de dispositivos tecnológico accesible al cliente
- Diferentes dispositivos tecnológicos acorde a la accesibilidad de los usuarios.
- Producto de calidad
- Producto de marcas reconocidas
- Producto al servicio del cliente

4.2. Análisis comparativo con productos similares

Los análisis comparativos con productos similares se establecen con la existencia de la competencia en el mercado, que hace énfasis a los diferentes negocios que se ubican o se encuentran cerca y poseen la misma temática del presente emprendimiento, la cual se ubicada en Montecristi en el sector los Bajos del Pechiche y de la que se ha podido constatar tienen una gran variedad de costos, obtener buenos resultados, esto se evidencia gracias a los altos estándares de calidad de los que brinda y a los precios que esta maneja

5. Estudio técnico

5.1. Descripción de las características de localización del negocio

La localización que tendrá negocio tiene como objetivo el estudio y análisis de las fuerzas locales que tendrá donde se ubican el negocio, dichas fuerzas se analizan con el propósito de obtener beneficios si el negocio será rentable ponerlo en una zona en donde se ubicará, por lo tanto, la descripción de la localización del negocio estará comprendido analizando desde la perspectiva macro localización y micro localización (Baque et al., 2020).

Desde el enfoque macro localización se identifica la zona o el territorio en donde se ubicará el emprendimiento, esto tomando en cuenta la zona de ubicación, aspectos generales que beneficien el negocio y si es factible la puesta en marcha en algún sector estratégico (Mendoza et al., 2019).

Por consiguiente, la zona que es escogida para la implementación del negocio es el cantón Montecristi perteneciente a la provincia de Manabí. En lo que respecta a la micro localización hace referencia a la característica del lugar a continuación, en la tabla se evidencia la matriz de localización:

5.2. Realización de un bosquejo del área de trabajo

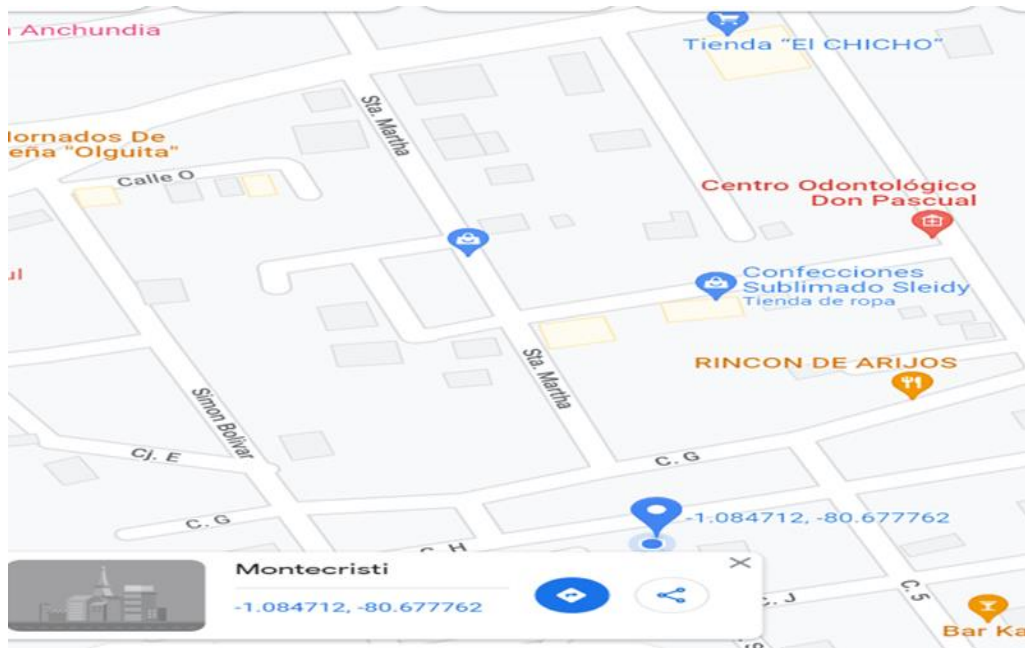
El área de trabajo en donde se ubicará nuestro emprendimiento que se dedicada a brindar la venta y reparación de equipo tecnológico que estará ubicada en una zona estratégica con grandes espacios ideal para la puesta en marcha este emprendimiento, contará con áreas verdes y zonas de buena vista para la venta de estos productos y que nuestro cliente pueda adquirir un producto de dicha calidad. El lugar donde se ubicará el negocio corresponde a un terreno netamente propio por lo que se cuenta con los documentos en reglas para la apertura nuestro negocio donde mediante imagen se mostrará el terreno

Ilustración 2 Mapa de la ubicación del terreno donde se ubicará el negocio



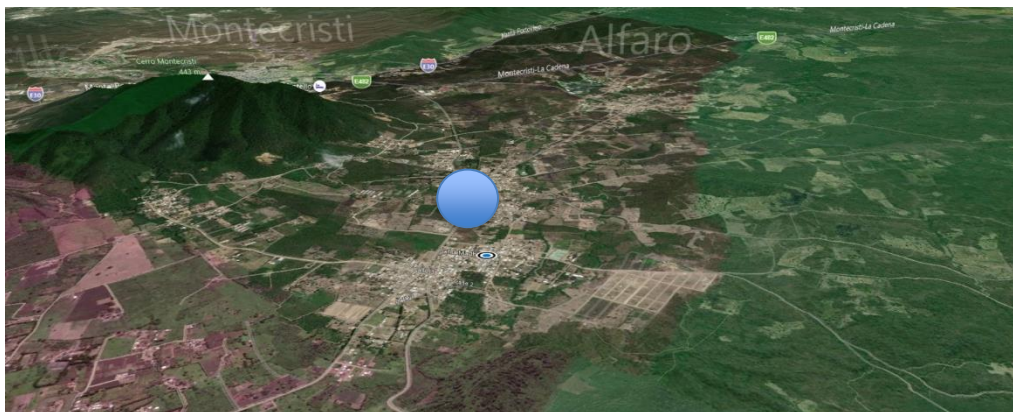
Tomado de Google maps

Ilustración 3 Mapa del sector específico del negocio



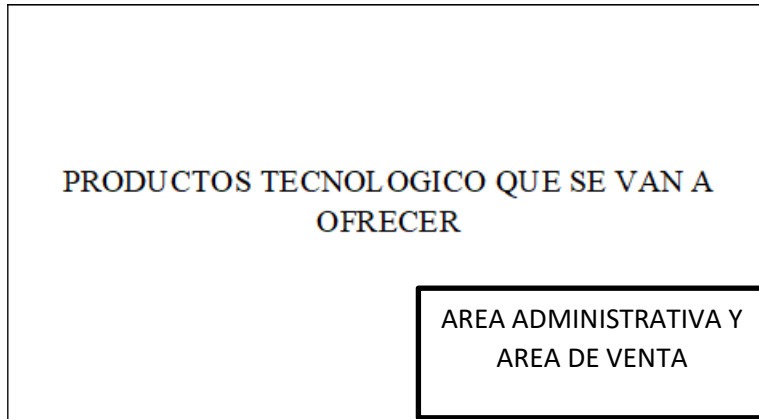
Tomado de: Google Maps

Ilustración 4 Mapa del cantón donde se ubicará el negocio



Tomado de: Google Maps

Ilustración 5 Plano del negocio de equipos tecnológico “Tecnología Alvia”



Elaborado por Alvia Yandry

5.3. Diagrama de proceso

A continuación, realizaremos mediante un diagrama de flujo se describirán de forma secuencial los procesos que tendrá el negocio sobre la venta y reparación de equipo tecnológico que se desarrollará.

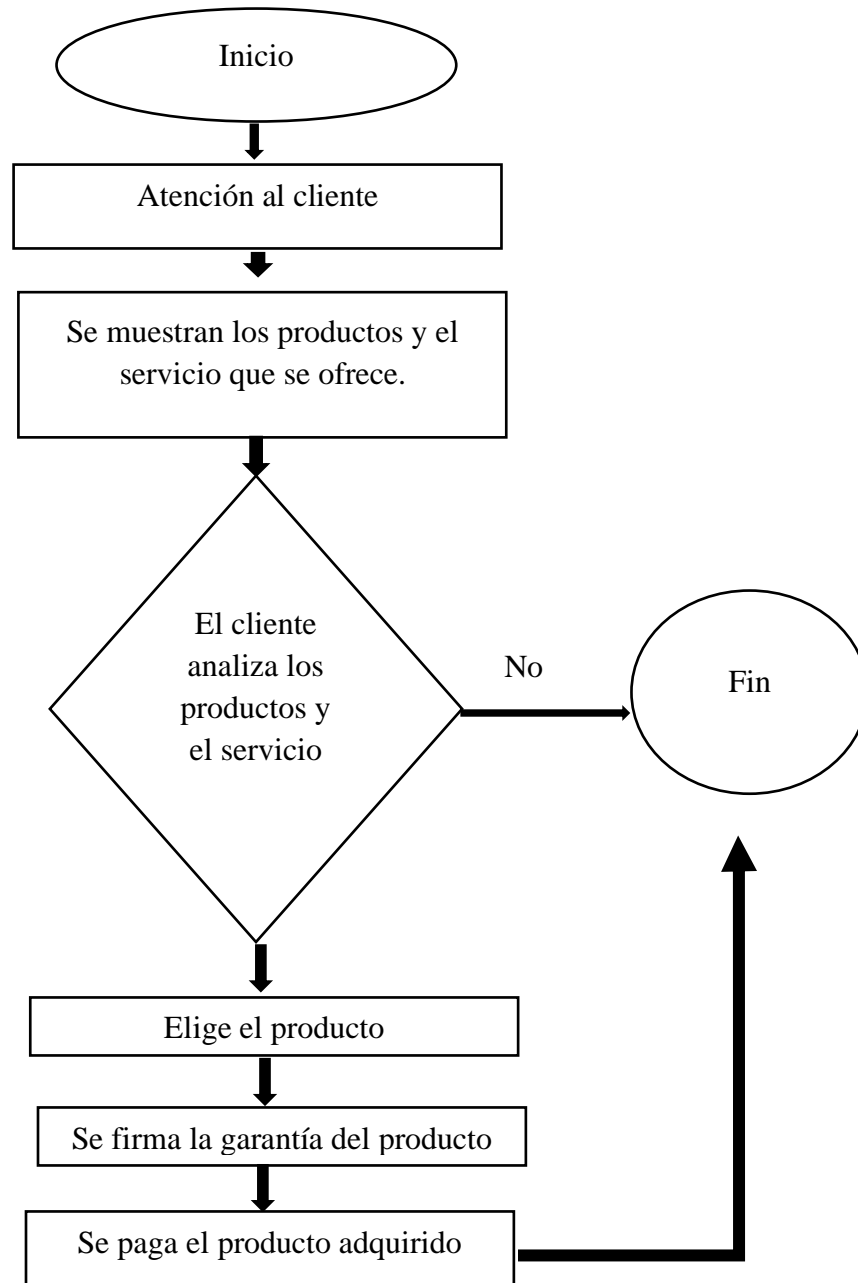


Ilustración 5 Diagrama de proceso

Elaborado por: Alvia PARRALES Yandry

5.4. Listado de máquinas, equipos y herramientas

Tabla 13.-Listado de máquina, equipo y herramientas

CANTIDAD	EQUIPO/HERRAMIENTAS
1	Computadora
2	Vitrina
1	Herramienta para reparar
1	Una mesa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

5.5. Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo

El presupuesto de gasto que tendrá nuestro negocio de venta y reparación de equipo tecnológicos está basado principalmente en los materiales y herramientas que se utilizarán para poner en marcha este negocio.

Tabla 14.-Materia prima (dispositivos tecnológicos)

Detalle	Materia prima (dispositivos tecnológicos)			
	Cantidad	Costo	Costo mensual	Costo anual
Laptop:				
Dell Precisión 5520	7	\$640,67	\$4.489,69	\$53.816,28
Hp Pavilion	9	\$810,10	\$7.290,90	\$87.490,80
Lenovo S145	5	\$299,00	\$1.495,00	\$17.940,00
Computadora:				
Hp 24DD0000	3	\$589,00	\$1.767,00	\$21.204,00
Lenovo Computador All in One	8	\$449,00	\$3.592,00	\$43.104,00
Celulares:				
Xiaomi 11 Lite	12	\$400,00	\$4.800,00	\$57.600,00
Samsung A23	24	\$280,00	\$6.720,00	\$80.640,00
Moto G60s	14	\$280,00	\$3.920,00	\$47.040,00
Total	82		\$34,074.59	\$408.895,08

Fuente: Investigación

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

6. Estudio Organizacional

6.1. Organigrama estructural y funcional

El organigrama estructural y funcional que tendrá el local de venta y reparación de equipo tecnológicos se conformada la organización del negocio y cómo está conformado mediante los diferentes niveles estratégicos.

El emprendimiento se constituirá desde la administración del gerente general que será el mando alto de este negocio y se tendrá un especialista en reparaciones que serán definidos de acuerdo con las necesidades que tendrá el negocio. A continuación, mostraremos en la figura se muestra cómo está organizado el presente emprendimiento, que se llevara a cabo.

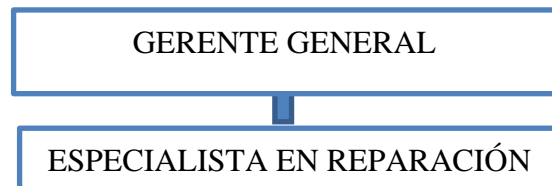


Ilustración 6 Organigrama estructural

Fuente: Investigación

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

6.2. Funciones según las responsabilidades de cada persona

AREA	CARGO	DESCRIPCION DEL CARGO	FUNCION
Gerencia	Gerente general	Entre las responsabilidades de un gerente general se incluyen formular la estrategia general, gestionar al personal y establecer políticas. Para desempeñar este cargo satisfactoriamente, debes ser un líder atento y tomar decisiones con seguridad, ayudando a desarrollarse a nuestros empleados, además de ser productivo al tiempo que te aseguras de que nuestros beneficios aumentan	<ul style="list-style-type: none"> ● Planifica estratégicamente para cumplir con los objetivos propuestos. ● Optimiza los recursos con los que cuenta el emprendimiento. ● Evalúa los resultados del equipo con el objetivo de corregir las deficiencias y mejora de los procesos ● También se va a dedicar a la venta del producto que se van a ofrecer
Servicio	Técnico	Un técnico reparador de dispositivos tecnológicos es un profesional dedicado a extender la vida útil de los dispositivos móviles mediante la reparación de averías ya sea en el hardware o en el software. adquirir una serie de conocimientos y habilidades técnicas específicas	<ul style="list-style-type: none"> ● Hacer diagnóstico del problema ● Estar en capacidad de interpretar manuales técnicos y planos electrónicos ● Actualización de software

El negocio de venta de dispositivos tecnológicos contará con el siguiente personal que desempeñará las siguientes funciones:

Tabla 15.- Funciones de cada persona

Fuente: Investigación

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

6.3. Previsión de Recursos Humanos

La previsión hace énfasis en prever el personal que un negocio, emprendimiento necesita para que se pueda lograr los objetivos determinados (Haro y Piacentini, 2017).

La previsión de recurso humano es muy fundamental, por lo tanto, desde este punto es se debe estudiar las condiciones evidentes en los mercados como es el externo es decir la competencia, así como los requisitos de los recursos humanos que el negocio necesita, como para eso entonces, que el negocio de venta y reparación de equipo tecnológicos determina si hay disponibilidad suficiente de recursos humanos dotados de talento y aptitudes necesarias para ocupar los puestos que se necesitan en el negocio. A continuación, se mostrara en la siguiente tabla

Para el presente proyecto de emprendimiento se ha establecido integrar a 2 personas como parte del equipo de trabajo, quienes desarrollarán las tareas de técnico, gerente y ventas. A continuación, se presentan dos nóminas de sueldo, la primera correspondiente al año 1 de operaciones en el cual no se genera pago por fondos de reserva, y el segundo en el que ya se refleja dicho beneficio de ley, tal como se observa en las siguientes tablas:

Tabla 16.- Sueldos empleados primer año

Cargo	Sueldo		Beneficios			Total, anual
	Mensual	T. Anual	Decimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Vacaciones	
Técnico	\$425,00	\$5100,00	\$425,00	\$425,00	\$212,50	\$6162,50
Gerente/ventas	\$500,00	\$6000,00	\$500,00	\$425,00	\$250,00	\$7175,00
TOTAL	\$925,00	\$11100,00	\$925,00	\$850,00	\$462,00	\$13337,50

Fuente: Investigación

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

7. Estudio Legal y societario

7.1. Marco legal

El marco legal del país está conformado por diversas políticas y leyes que amparan el surgimiento, control y coordinación de emprendimientos para la apertura de un negocio, entre las principales están:

Constitución de la República del Ecuador

La constitución de la República del Ecuador (CRE) garantiza el derecho a la libertad de ejercer actividades remunerativas sin que estas causen perjuicios en terceros, amparándolos en los artículos: Art. 325 (...Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos...). Art. 326 (...El Estado impulsará el pleno empleo y la eliminación del subempleo y del desempleo...) (CRE, 2008).

Código Orgánico de la producción comercio e inversiones

El código Orgánico de la producción comercio e inversiones conocida por sus siglas COPCI regula a las personas naturales y jurídicas que realicen actividades productivas desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial dentro del territorio nacional (COPCI, 2017).

Ley de Compañías

La ley de compañías es aquella que regula las actividades de contrato de dos o más personas que unen su capital con el objetivo de realizar actividades mercantiles (Ley de Compañías, 2013).

Ley de Propiedad Intelectual

El estado garantiza, regula y controla la propiedad intelectual de personas naturales y jurídicas, con el fin de evitar una reproducción no autorizada, de acuerdo con lo dispuesto en las decisiones la Comisión de la Comunidad Andina y los demás convenios internacionales vigentes (Ley de Propiedad Intelectual, 2014)

Ley de Régimen Tributario Interno

Regula las actividades tributarias en base a las actividades comerciales y mercantiles que establece el estado, basándose en el cálculo del impuesto que deben aportar las personas naturales o jurídicas (Ley de Régimen Tributario Interno, 2014).

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

El objetivo de esta ley es normar la relación entre proveedor y consumidor, promoviendo el conocimiento y los derechos del consumidor, a fin de garantizar la equidad y seguridad jurídica entre ambas partes (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2015).

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación tiene como prioridad establecer el marco normativo que procure, incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, impulsando la cultura emprendedora y poniendo en marcha nuevas modalidades societarias y de financiamiento para reforzar el ecosistema emprendedor. El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades que son de carácter público o privado, asociado con el crecimiento del emprendimiento y la innovación, en el marco de las variadas formas de economía como las pública, privada, mixta, popular, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información, 2020).

7.2. Requisitos para su legitimidad

Según el ministerio de turismo del Ecuador (2020) los requisitos para la legitimidad de un emprendimiento o negocio estará conformado presentando los siguientes documentos que son los siguiente:

1. Duplicado certificado de la Escritura, incremento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Designación del delegado Legítimo, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil.
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. Duplicado de la identificación personal
5. Duplicado del último certificado de sufragio.

6. Copia del Contrato de compraventa del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre Comercial.
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no estar inscrita la razón social o grupo o razón social de la fundación.
8. Fotocopia de las escrituras de la propiedad y del recibo de pago del anticipo del local o contrato de arrendamiento del local, debidamente legitimado en un juzgado oficial.
9. Copia de la Patente Administrativa (Rentas Ventanilla N°1 Requisitos nuevos: Copia de la Cédula de Ciudadanía, Copia del último certificado de Votación, Planilla de algún Servicio Básico)
10. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
11. Copia del Certificado Ambiental (Emitido por el Departamento Municipal de Medio Ambiente: Oficina: Santa Martha
12. Inventario valorado de la empresa firmado bajo responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados. (LOCALES NUEVOS)
13. Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos
14. Copia del certificado de Salud.
15. Traer una carpeta.

8. Estudio económico financiero

8.1. Costo unitario y de producción

El costo unitario en el presente proyecto está representado por aquellos valores generados en la venta de dispositivos tecnológicos, en este se consideran los costos fijos y costos variables.

Este rubro es importante puesto que permite hacer una relación entre la cantidad de egresos que se generan en producir una determinada cantidad de bienes y servicios.

Tabla 1.- Costo Unitario

COSTO UNITARIO		
COSTOS FIJOS	Marketing	\$ 180,00
	Servicios Básicos	\$ 316,92
	Mantenimiento	\$ 458,25
	Materiales de limpieza	\$ 16,07
	Materiales de computación	\$ 557,00
	Seguros	\$ 1.487,13
	Gastos Generales	\$ 330,00
	Sueldos	\$ 13.337,50
	Total	\$ 16.682,87
COSTOS VARIABLES	Materia Prima	\$ 10.718,65
	Total	\$ 10.718,65
COSTO TOTAL DE ABASTECIMIENTO		\$ 27.401,52
N° DE VENTAS AL AÑO		372
COSTO TOTAL UNITARIO		\$ 73,66

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

Para el presente proyecto de emprendimiento se estima generar 372 ventas de dispositivos tecnológicos durante el primer año, estas ventas generan un costo total de \$27.401,52 dentro del cual se consideran los costos fijos y costos variables. Al dividir el costo total para la cantidad de ventas a realizar se genera un costo total unitario de \$73,66 lo cual permite conocer en términos monetarios cuánto sería el valor de cada venta.

8.2. Estructura de costos y gastos

Los costos y gastos dentro del presente modelo de negocio están representados por aquellos valores operacionales y administrativos que se generan en el proceso de venta de dispositivos tecnológicos, siendo estos indispensables dentro de la proyección de egresos del presente estudio financiero.

8.2.1. Costos

Dentro de las ventas desarrolladas por la empresa de comercialización de dispositivos tecnológicos se consideran como costos aquellos valores relacionados a los insumos como computadoras, laptops, celulares y herramientas para servicio técnico.

Tabla 2.- Materia Prima

Detalle	Cantidad	Materia prima (dispositivos tecnológicos)			
		Costo	Costo mensual	Cantidad anual	Costo anual
Laptop:					
Dell Precisión 5520	1	\$340,67	\$340,67	5	\$1.703,35
Hp Pavilion	1	\$210,10	\$210,10	3	\$630,30
Lenovo S145	1	\$299,00	\$299,00	4	\$1.196,00
Computadora:					
Hp 24DD0000	1	\$289,00	\$289,00	2	\$578,00
Lenovo Computador All in One	1	\$349,00	\$349,00	4	\$1.396,00
Celulares:					
Xiaomi 11 Lite	1	\$315,00	\$315,00	5	\$1.575,00
Samsung A23	1	\$280,00	\$280,00	7	\$1.960,00
Moto G60s	1	\$280,00	\$280,00	6	\$1.680,00
Total	8		\$2.362,77	36	\$10.718,65

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

Tabla 3.- Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS			
DETALLE	Costo total mensual		Costo total anual
Energía Eléctrica		\$21,74	\$260,88
Agua		\$4,67	\$56,04
TOTAL		\$26,41	\$316,92

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

Tabla 4.- Costos de mantenimiento

MANTENIMIENTO			
DETALLE	Valor	Costo total mensual	Costo total anual
Equipo para reparaciones	\$18.19	\$18,19	\$218,25
TOTAL		\$18.19	\$218.25

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

Tabla 5.- Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA				
DETALLE	Cantidad	Costo unitario	Total	
Escoba	1	\$2,50	\$2,50	
Trapeador	1	\$3,00	\$3,00	
Recogedor de basura	1	\$1,75	\$1,75	
Aromatizante	3	\$1,25	\$3,75	
Cloro	2	\$1,10	\$2,20	
Detergente	1	\$2,87	\$2,87	
TOTAL		\$12,37	\$16,07	

8.2.2. Gastos

En lo que respecta a los gastos, se toman a consideración aquellos valores generados exclusivamente dentro del área administrativa de la empresa, entre los que se mencionan: gastos de marketing, seguros, sueldos, determinándose en este caso los siguientes rubros y valores:

Tabla 6.- Gastos generales

GASTOS GENERALES				
DETALLE	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total anual	
Telefonía	1	\$8,00	\$96,00	
Internet	1	\$19,50	\$234,00	
TOTAL		\$27,50	\$330,00	

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

Tabla 7.- Gastos materiales de computación

MATERIALES DE COMPUTACIÓN				
DETALLE	Cantidad	Costo unitario	Costo total anual	
Resmas de papel A4	2	\$3,50	\$7,00	
Computadora de escritorio	1	\$360,00	\$360,00	
Impresora	1	\$190,00	\$190,00	
TOTAL		\$3,50	\$557,00	

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

Tabla 8.- Gastos de seguros

SEGUROS				
DETALLE	Cantidad	Costo unitario	Costo total anual	
Seguro contra riesgos y siniestros	1	\$123,92	\$1.487,13	
TOTAL		\$123,92	\$1.487,13	

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

Tabla 9.- Gastos de publicidad y marketing

GASTOS DE MARKETING			
DETALLE	Costo unitario	Costo total anual	
Publicidad y promoción de ventas	\$15,00		\$180,00
TOTAL	\$15,00		\$180,00

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

8.3. Proyección de ventas

La proyección de ventas del presente modelo de negocio se cuantificó de acuerdo al número de clientes potenciales que estarían dispuestos a comprar dispositivos tecnológicos que ofrecerá la empresa. Este cálculo es importante puesto que permite prever el volumen de ventas que se puede alcanzar por medio de las actividades operacionales.

Para proceder al cálculo de estos ingresos ha sido necesario en primera instancia, calcular el mercado meta, que consiste en definir la capacidad de clientes que se prevé atender por mes en el local, para esto se ha procedido al siguiente cálculo:

Tabla 10.- Mercado meta

MERCADO META			
Mercado	Porcentaje	Personas	
Mercado total	100%		107.785
Población económicamente activa	35.0%		37.724
Personas que frecuentemente adquieren dispositivos tecnológicos	56%%		21.125
Personas en edades de 18-30 años	38,7%		8.175
Personas dispuestas a adquirir a comprar en nuestro local	62%		5.068
Personas necesitadas de un local de dispositivos tecnológicos	58,5%		2.964
Personas de acuerdo con el producto	45,98%		1.362
Capacidad de ventas	2,3%		31

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

Para el cálculo del mercado meta se tomó como referencia el mercado total del cantón Montecristi que corresponde a una población de 107.785 habitantes, posteriormente se seleccionó el PEA (Población Económicamente Activa) siendo de 37.724, a partir de dicho valor se aplicaron las variables de producto, precio, competencias obtenidas en la investigación de mercado, llegándose a definir una capacidad de atención del 2,3% del mercado o 31 personas por mes. Una vez obtenido este valor de referencia, se hizo posible proyectar los ingresos mensuales y anuales, tal como se detalla a continuación:

Tabla 11.- Proyección de ingresos

Incremento volumen			5%	5%	5%	5%		
Incremento precios			2%	2%	2%	2%		
Producto	Cantidad	Precio	Total mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dispositivos tecnológicos	31	\$227,26	\$7.045,06	\$84.540,72	\$90.543,11	\$96.971,67	\$103.856,66	\$111.230,48
Totales \$			\$7.045,06	\$84.540,72	\$90.543,11	\$96.971,67	\$103.856,66	\$111.230,48
Totales unidades	31			372	391	410	431	452
Pvp Promedio		\$227,26		\$227,26	\$231,81	\$236,44	\$241,17	\$245,99

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

Cabe indicar que los ingresos del negocio provendrán principalmente de las ventas de dispositivos tecnológicos establecidos en un valor de \$227,26. Dicho esto, se toma además el mercado meta, estimada en 31 personas por mes. Al multiplicar el número de ventas por el precio se alcanzan ingresos mensuales de \$7.045,06, y al multiplicarse dicho monto por 12, se generan ingresos para el primer año de \$70.905,12. Cabe indicar que a partir del segundo periodo se fija un incremento del 5% en ingresos y del 2% de incremento en el precio del producto.

8.4. Plan de Inversión

El plan de inversión consiste en detallar a qué rubros se va a destinar cada valor dentro del presente proyecto de emprendimiento, enunciando así mismo la estructura de financiamiento, lo cual representa una estrategia orientada a especificar los orígenes de fondos para la puesta en marcha del negocio.

Tabla 12.- Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN		
INVERSIÓN	VALOR	PARTICIPACIÓN
CAPITAL DE TRABAJO		
Activo corriente	\$ 15,618,86	57%
ACTIVO FIJO		
Materiales de oficina	\$ 557,00	
Materiales de limpieza	\$ 16,07	2,09%
ACTIVO DIFERIDO		
Inversión Diferida	\$ 11.209,59	40,91%
TOTAL	\$ 27.401,52	100%

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

La inversión total del negocio asciende a un monto de \$27.401,52 el cual se destinará en un 57% (\$15.618,86) para capital de trabajo, el 40,91% (\$11.209,59) para inversión diferida y el 2,09% (\$573,07) para activo fijo.

8.5. Líneas de financiamiento

Tabla 13.- Líneas de financiamiento

ORIGEN DE FONDOS		
DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
Capital propio	\$ 17.401.52	64%
Crédito bancario	\$ 10.000,00	36%
Total	\$ 27.401,52	100%

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

Con respecto al 36% del financiamiento del negocio, se pretende recurrir a préstamo bancario, para ello se ha tomado como referencia al Banco del Pacífico para la obtención de un monto de \$10.000,00 a una tasa de interés del 15,3% a cinco años plazo; para más detalle se muestra la tabla de amortización de la deuda a continuación:

Tabla 14.- Líneas de financiamiento

Periodo	Saldo inicial	Pago de interés	Pago de capital	Cuota total	Saldo final
0					
1	\$10.000,00	\$1.530,00	\$2.000,00	\$3.530,00	\$8.000,00
2	\$8.000,00	\$1.224,00	\$2.000,00	\$3.224,00	\$6.000,00
3	\$6.000,00	\$918,00	\$2.000,00	\$2.918,00	\$4.000,00
4	\$4.000,00	\$612,00	\$2.000,00	\$2.612,00	\$2.000,00
5	\$2.000,00	\$306,00	\$2.000,00	\$2.306,00	\$-

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

8.6. Flujo de caja proyectado (5 años)

El flujo de caja es un estado financiero que refleja los flujos de ingresos y egresos de dinero que se han dado en el negocio. Por ello, el presente ejercicio indica que existe superávit en cada uno de los periodos a los cuales se ha proyectado el plan financiero, es decir, el modelo de negocio presentará liquidez en la relación ingresos y egresos en dentro del horizonte de tiempo establecido.

Tabla 15.- Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	PERIODOS (en años)					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos Operativos						
Ventas netas		\$ 84.540,72	\$ 90.543,11	\$ 96.971,67	\$ 103.856,66	\$ 111.230,48
Total Ingresos Operativos		\$ 84.540,72	\$ 90.543,11	\$ 96.971,67	\$ 103.856,66	\$ 111.230,48
Egresos operativos						
Costos de fabricación		\$ 10.718,65	\$ 10.879,43	\$ 11.042,62	\$ 11.208,26	\$ 11.376,38
Gastos de venta		\$ 180,00	\$ 182,70	\$ 185,44	\$ 188,22	\$ 191,05
Gastos Generales		\$ 330,00	\$ 334,95	\$ 339,97	\$ 345,07	\$ 350,25
Total, Egresos Operativos		\$ 11.228,65	\$ 11.397,08	\$ 11.568,04	\$ 11.741,56	\$ 11.917,68
Superavit o (D) Operat. Año		\$ 73.312,07	\$ 79.146,03	\$ 85.403,63	\$ 92.115,10	\$ 99.312,80
Superavit o (D) Operat. Acu,		\$ 73.312,07	\$ 152.458,10	\$ 237.861,73	\$ 329.976,84	\$ 429.289,64
Ingresos No Operativos						
Crédito	\$ 10.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte Propio	\$ 17.401,52	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Ingresos No Operativo.	\$ 27.401,52	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Egresos No operativos						
Inversión fija	\$ 573,07	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión diferida	\$ 11.209,59	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización principal	\$ -	\$ 1.530,00	\$ 1.224,00	\$ 918,00	\$ 612,00	\$ 306,00
Gastos financieros	\$ -	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Total, Egresos No Operativos	\$ 11.782,66	\$ 3.530,00	\$ 3.224,00	\$ 2.918,00	\$ 2.612,00	\$ 2.306,00
Superavit o (D) no operat. Año	\$ 15.618,86	\$ (3.530,00)	\$ (3.224,00)	\$ (2.918,00)	\$ (2.612,00)	\$ (2.306,00)
Superavit o (D) no operat. Acum	\$ 7.631,52	\$ 4.101,52	\$ 877,52	\$ (2.040,48)	\$ (4.652,48)	\$ (6.958,48)
Superavit o (D) Total. Año	\$ 7.631,52	\$ 69.782,07	\$ 75.922,03	\$ 82.485,63	\$ 89.503,10	\$ 97.006,80
Superavit o (D) Total. Acum	\$ 7.631,52	\$ 77.413,59	\$ 153.335,62	\$ 235.821,25	\$ 325.324,36	\$ 422.331,16

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

8.7. Estado de resultados proyectados (5 años)

El estado de resultados es otro de los documentos que componen los estados financieros del negocio, este permite identificar si existe superávit o déficit en cada periodo al que ha sido proyectado el plan financiero, es decir refleja las pérdidas o ganancias por cada año de operaciones dadas en la empresa. Este documento es esencial además para identificarla evolución de los niveles de ganancias a lo largo de los años, siendo de este modo un instrumento de evaluación financiera.

Tabla 16.- Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ingresos por ventas	\$ 84.540,72	\$ 90.543,11	\$ 96.971,67	\$ 103.856,66	\$ 111.230,48
Costo de producción	\$ 10.718,65	\$ 10.879,43	\$ 11.042,62	\$ 11.208,26	\$ 11.376,38
Margen Bruto	\$ 73.822,07	\$ 79.663,68	\$ 85.929,05	\$ 92.648,40	\$ 99.854,10
Gastos Operativos					
Sueldos y salarios	\$ 13.337,50	\$ 14.004,38	\$ 14.704,59	\$ 15.439,82	\$ 16.211,81
Equipos Tecnológicos	\$ 557,00	\$ 565,36	\$ 573,84	\$ 582,44	\$ 591,18
Gastos Administrativos	\$ 330,00	\$ 334,95	\$ 339,97	\$ 345,07	\$ 350,25
Mantenimiento	\$ 458,25	\$ 465,12	\$ 472,10	\$ 479,18	\$ 486,37
Seguros	\$ 1.487,13	\$ 1.509,44	\$ 1.532,08	\$ 1.555,06	\$ 1.578,39
Gastos de marketing	\$ 180,00	\$ 182,70	\$ 185,44	\$ 188,22	\$ 191,05
Materiales de limpieza	\$ 16,07	\$ 16,31	\$ 16,56	\$ 16,80	\$ 17,06
Total, gastos operativos	\$ 16.365,95	\$ 17.078,25	\$ 17.824,58	\$ 18.606,61	\$ 19.426,10
Utilidad operacional	\$ 57.456,12	\$ 62.585,43	\$ 68.104,47	\$ 74.041,79	\$ 80.427,99
Gastos Financieros					
Interesas sobre préstamo	\$ 1.530,00	\$ 1.224,00	\$ 918,00	\$ 612,00	\$ 306,00
Utilidad antes de participe e impto.	\$ 55.926,12	\$ 61.361,43	\$ 67.186,47	\$ 73.429,79	\$ 80.121,99
15% Participación de empleados	\$ 8.388,92	\$ 9.204,21	\$ 10.077,97	\$ 11.014,47	\$ 12.018,30
Utilidad antes del impuesto	\$ 47.537,20	\$ 52.157,21	\$ 57.108,50	\$ 62.415,32	\$ 68.103,70
10% Impuesto a la Renta	\$ 4.753,72	\$ 5.215,72	\$ 5.710,85	\$ 6.241,53	\$ 6.810,37
UTILIDAD NETA	\$ 42.783,48	\$ 46.941,49	\$ 51.397,65	\$ 56.173,79	\$ 61.293,33

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

Resulta importante añadir que, en cuanto a los egresos dentro del estado de resultados, se ha fijado un incremento del 1,5% a partir del segundo periodo en cada uno de estos rubros, esto se refleja tanto en costos de producción como en los gastos operativos.

8.8. Estado de situación financiera proyectado (5 años)

Tabla 17.- Estado de situación financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADA						
PERIODO (en años)						
ACTIVOS CORRIENTES	0	1	2	3	4	5
Caja	\$ 15.618,86	\$ 19.148,86	\$ 22.372,86	\$ 25.290,86	\$ 27.902,86	\$ 30.208,86
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACT. CTE.	\$ 15.618,86	\$ 19.148,86	\$ 22.372,86	\$ 25.290,86	\$ 27.902,86	\$ 30.208,86
ACTIVOS FIJOS						
Inversión fija	\$ 573,07	\$ 573,07	\$ 573,07	\$ 573,07	\$ 573,07	\$ 573,07
TOTAL ACT. FIJO NETO	\$ 573,07	\$ 573,07	\$ 573,07	\$ 573,07	\$ 573,07	\$ 573,07
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos preoperativos	\$ 11.209,59	\$ 11.209,59	\$ 11.209,59	\$ 11.209,59	\$ 11.209,59	\$ 11.209,59
TOTAL ACTIVOS	\$ 27.401,52	\$ 30.931,52	\$ 34.155,52	\$ 37.073,52	\$ 39.685,52	\$ 41.991,52
PASIVO CORRIENTE						
Part. Empl. Por pagar	\$ -	\$ 8.388,92	\$ 9.204,21	\$ 10.077,97	\$ 11.014,47	\$ 12.018,30
Impuestos por pagar a la renta	\$ -	\$ 4.753,72	\$ 5.215,72	\$ 5.710,85	\$ 6.241,53	\$ 6.810,37
TOTAL PAS. CTE.	\$ -	\$ 13.142,64	\$ 14.419,93	\$ 15.788,82	\$ 17.256,00	\$ 18.828,67
PASIVO LARGO PLAZO						
Crédito Bancario	\$ 10.000,00	\$ 8.000,00	\$ 6.000,00	\$ 4.000,00	\$ 2.000,00	\$ -
TOTAL, PAS. LARGO PLAZO	\$ 10.000,00	\$ 8.000,00	\$ 6.000,00	\$ 4.000,00	\$ 2.000,00	\$ -
TOTAL, PASIVOS	\$ 10.000,00	\$ 21.142,64	\$ 20.419,93	\$ 19.788,82	\$ 19.256,00	\$ 18.828,67
PATRIMONIO						
Capital	\$ 17.401,52	\$ 17.401,52	\$ 17.401,52	\$ 17.401,52	\$ 17.401,52	\$ 17.401,52
Utilidad ejercicio anterior	\$ -	\$ -	\$ 2.334,07	\$ 3.883,18	\$ 5.028,00	\$ 5.761,33
Utilidad presente ejercicio	\$ -	\$ (7.612,64)	\$ (6.000,00)	\$ (4.000,00)	\$ (2.000,00)	\$ -
TOTAL, PATRIMONIO	\$ 17.401,52	\$ 9.788,88	\$ 13.735,59	\$ 17.284,70	\$ 20.429,52	\$ 23.162,85
TOTAL PAS. Y PATR.	\$ 27.401,52	\$ 30.931,52	\$ 34.155,52	\$ 37.073,52	\$ 39.685,52	\$ 41.991,52

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

9. Evaluación financiera

Otro aspecto a considerar dentro de la toma de decisiones es la evaluación financiera del negocio, la que permite conocer al inversionista qué tan aconsejable es orientar fondos hacia esta actividad económica. Dentro de este conjunto de evaluación se consideran las que analizan los retornos, la liquidez y la relación beneficio-costos.

9.1. VAN

Tabla 18.- Valor Actual Neto

VAN						
FF	FF1	FF2	FF3	FF4	FF5	Inversión inicial
Flujo de Caja Neto	\$6.888,31	\$9.346,84	\$ 12.880,34	\$16.253,83	\$19.904,32	\$-9.039,59
VAN	\$6.280,94	\$7.771,21	\$9,764,80	\$11.235,80	\$12.546,08	\$-9.039,59
VAN	\$38.559,24					
Tasa de descuento	9,67%					

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

El VAN o Valor Actual Neto es un indicador financiero que permite traer al presente el monto de ganancia que representaría la inversión para un socio. Es decir, da a conocer al día de hoy, cuánta liquidez genera esa inversión que se pretende realizar a un tiempo proyectado de 5 años. Para su cálculo se aplica la siguiente ecuación y procedimiento:

$$VAN = \frac{FF1}{(1 + Tasa\ de\ descuento)} + \frac{FF2}{(1 + Tasa\ de\ descuento)} + \frac{FF3}{(1 + Tasa\ de\ descuento)} + \frac{FF4}{(1 + Tasa\ de\ descuento)} + \frac{FF5}{(1 + Tasa\ de\ descuento)} - Inversión$$

$$VAN = \frac{42.783,48}{(1 + 9,67)^1} + \frac{46.941,49}{(1 + 9,67)^2} + \frac{51.397,65}{(1 + 9,67)^3} + \frac{56.173,79}{(1 + 9,67)^4} + \frac{61.293,33}{(1 + 9,67)^5} - 17.401,52$$

$$VAN = 38.281,57 + 37.582,36 + 36.820,03 + 36.007,10 + 35.154,53 - 17.401,52$$

$$VAN = 166.444,06$$

9.2.TIR

La TIR o Tasa Interna de Retorno, es un indicador que contrario al VAN no toma a consideración factores externos como el riesgo o la tasa de descuento, sino más bien se basa en expresar el nivel de rentabilidad del negocio con respecto a los flujos de fondo obtenidos en un horizonte de tiempo proyectado, es decir que a través de este es posible conocer el nivel de rentabilidad que esperan los socios por la inversión que vayan a realizar.

Tabla 19.- TIR

AÑO	(1+i)^	Flujo neto efectivo
0		\$ 17.401,52
1	38.281,57	\$ 42.783,48
2	37.582,36	\$ 46.941,49
3	36.820,03	\$ 51.397,65
4	36.007,10	\$ 56.173,79
5	35.154,53	\$ 61.293,33
TOTAL		\$ 183.845,58
VAN		\$ 166.444,06
TIR		45%

Elaborado por: Alvia Parrales Yandry

9.3. Relación beneficio/costo (RBC)

La relación beneficio costo es otro de los indicadores de esencial importancia dentro de la evaluación financiera del negocio, debido a que conlleva a conocer la viabilidad del mismo, representando de este modo un factor decisivo al momento de invertir en la idea de emprendimiento. Para su cálculo se toma el VAN y se lo divide para la inversión, tal como se expresa en la siguiente ecuación:

$$B|C = \frac{VAN}{Inversión}$$
$$B|C = \frac{166.444,06}{17.401,52} = 9,56$$

Siguiendo este procedimiento, se puede observar que para el presente modelo de negocio se alcanza una relación beneficio costo de 9,56 con lo que se concluye que el proyecto es rentable y genera rendimientos importantes por cada dólar invertido.

9.4. Razones financieras

9.4.1. Liquidez

La razón financiera de liquidez es un indicador efectivo al momento de conocer la capacidad con la que cuenta la empresa para cubrir sus deudas o compromisos financieros en el corto plazo. Para su cálculo se divide el activo corriente para el pasivo corriente, tal como se muestra a continuación:

$$\text{Liquidez general} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{30.208,86}{18.828,67} = 16,20\%$$

Como se puede observar, el modelo de negocio alcanza una liquidez general de 16,20% sugiriendo que se cuenta con capacidad adecuada para cumplir con las deudas a corto plazo.

9.4.2. Endeudamiento

El nivel de endeudamiento es otro de los elementos a considerar dentro de la evaluación del negocio, debido a que por medio de este es posible conocer el apalancamiento bajo el cual se desarrollan las actividades operacionales. Para su cálculo se divide el pasivo a largo plazo para el patrimonio neto, tal como se expresa en la siguiente ecuación:

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo largo plazo}}{\text{Patrimonio neto}} = \frac{10.000,00}{17.401,52} = 57,47\%$$

Como se indica, el presente modelo de negocio alcanza un nivel de endeudamiento del 57,47%, denotando con ello que se han utilizado más recursos internos que externos en la estrategia de inversión, por lo cual el apalancamiento está en un rango aceptable.

9.4.3. Rentabilidad

La razón financiera de rentabilidad a la que se le da mayor uso es al margen neto de utilidad, esto debido a que hace posible relacionar los ingresos y la ganancia neta dentro del ejercicio financiero, permitiendo a través de ello establecer un porcentaje de utilidad o beneficio del mismo. Para su cálculo se emplea la siguiente ecuación:

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} = \frac{42.783,48}{84.540,72} = 50,60\%$$

10. Conclusiones y Recomendaciones

10.1. Conclusiones

El estudio de factibilidad para la creación de un local de venta de dispositivos tecnológico a ubicarse en sector los bajos del pechiche en el cantón Montecristi es factible en toda su extensión, así lo demuestra el cumplimiento de los objetivos planteados, en donde se evidencia que el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero son muy favorables para la apertura y puesta en marcha del negocio que es uno de los componentes más importante en el estudio de un proyecto de factibilidad es el estudio de mercado, siendo así que, a través de las encuestas realizadas se demostró que en la actualidad no existe un negocio en el sector los Bajos del Pechiche del cantón Montecristi por lo que, es necesario la creación de este proyecto, además, porque la encuesta evidencia que las persona están de acuerdo que se cree el negocio en los Bajos del Pechiche.

La muestra ha determinado que es posible tener un mercado potencial dentro del sector de estudio. Además, nos permitió identificar que existe demanda de los jóvenes del cantón Montecristi en el servicio de técnico y adquisición de dispositivos tecnológicos.

El proyecto tiene todas las características basadas en el estudio técnico, estudio organizacional que conlleva a la formación de la empresa

Dentro de los resultados de los indicadores financieros se calculó el Valor Actual Neto (VAN) que es de \$ 166.444,06 dólares, este valor al ser positivo demuestra la factibilidad para la implementación del local, de igual manera la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de un 45% que corrobora que la implementación de esta empresa es factible.

10.2. Recomendaciones

En función de las conclusiones y de los objetivos planteados para la factibilidad del negocio se recomienda lo siguiente:

- Se recomienda que el estudio financiero forme parte importante y esencial del negocio, esto con el propósito de poder desarrollar las operaciones internas de tipo financiero para el correcto funcionamiento del negocio, con el objetivo de obtener un beneficio rentable para el propietario
- Buscar estrategias de acuerdos de acuerdo con las necesidades de los clientes para el buen funcionamiento del negocio dedicado a la venta y reparaciones de dispositivos tecnológicos
- Que se realice un estudio de forma periódica de la demanda que existe alrededor de este tipo de negocios, lo cual es susceptible para realizar un estudio que contribuya a determinar los costos y valores que posee la competencia de forma constante, de esta manera se posibilitaría conocer la demanda

10.3. Bibliografía

- Ana, G. (2012). Definiciones/administración/. Obtenido de Definiciones/administración/: <https://definicion.de/administracion/>
- Baque Villanueva, Lisenia Karina, Viteri Intriago, Danilo Augusto, Álvarez Gómez, Lyzbeth Kruschthalia, & Izquierdo Morán, Aída Margarita. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. Revista Universidad y Sociedad, 12(4), 120-125. Epub 02 de agosto de 2020. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400120&lng=es&tlng=es
- Constitución de la república del Ecuador. (2008). Constitución de la Republica del Ecuador.
- COPCI. (2017). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. Ecuador.
- Fernández, V. (2015). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. Biblioteca Anales de Investigación.11(1), 64-78.
- Haro, S., Piacentini, M. (2017). “Diseño del subsistema de previsión y provisión de recursos humanos en concesionaria autocity. Tesis de Pregrado. Universidad de la Defensa Nacional.
- IESS_Normativa. (2008). Normativa aplicable a la Seguridad Social en el Trabajo. Obtenido de Normativa aplicable a la Seguridad Social en el Trabajo: http://sart.iess.gob.ec/DSGRT/norma_interactiva/IESS_Normativa.pdf
- Ley de Compañías. (2013). Ley de Compañías. Ecuador.
- Ley de Compañías. (2013). Ley de Compañías. Ecuador.
- Ley de Propiedad Intelectual. (1998). Ley de Propiedad Intelectual. Ecuador.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2015). Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Ecuador
- Mendoza-Mendoza, Adel, Delahoz-Dominguez, Enrique, & Mendoza-Casseres, Daniel. (2019). Localización de locales comerciales: un enfoque de selección multicriterio. Revista EAN, (87), 207-219. <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.244>

11. Anexos

FORMATO DE ENCUESTA APLICAR

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE VENTA DE DISPOSITIVOS TECNOLÓGICO EN EL CANTÓN MONTECRISTI

El presente formulario se realizará con el objetivo de describir si es factible la creación de un local de venta de dispositivos tecnológicos en cantón Montecristi sector los Bajos del Pechiche y diseñar estrategias que tenga la expectativa de crear el negocio de tal forma que por medio de los resultados se vera si este tipo de negocio tendrá rentabilidad económica

1. Genero

- Masculino
- Femenino

2. Edad

- Menos de 18 años
- 18 a 30 años
- 31 a 50 años
- Mas de 50 años

3. Usted es

- Estudiante
- Profesional
- Ama de casa
- Empleado publico
- Empleado privado

4. Cuál es su nivel de ingreso

- Sin ingreso propios
- Menos de \$400
- \$400,1 -\$ 1000
- \$1000,1-\$2000
- \$2000,1-\$4000

- Mas de \$4000

5. ¿Qué tipo de dispositivos tecnológico posee usted?

- Computadora
- Teléfono
- Table
- ninguna

6. Considera usted que es necesario que exista un negocio en los bajos del pechiche para solucionar y adquirir un dispositivo tecnológico

Si

No

7. Usted cada que tiempo compra un dispositivo tecnológico

- Cada 6 meses
- Cada 1 año
- Cada 3 años
- Cada a 6 años

8. Usted al momento de comprar un dispositivo tecnológico en que se fija

- Moda
- Precio
- Calidad
- Otros

9. Cuando su dispositivo tecnológico sufre daño a donde acude

- Montecristi
- Portoviejo
- Otros

10. Si se creara un negocio de venta y reparaciones de dispositivo tecnológico en el cantón Montecristi en el sector los bajos del Pechiche ; usted acudiría como su lugar mas cercano para reparar o comprar algún dispositivo.

- Si
-

- No

11. ¿Qué tan interesado estaría usted en adquirir nuestros dispositivos tecnológicos

- Muy interesado
- Nada interesado